

动画·周边

动漫大辞典

Encyclopedia of Animation Comic and Game

动漫大辞典编辑室 编著

1

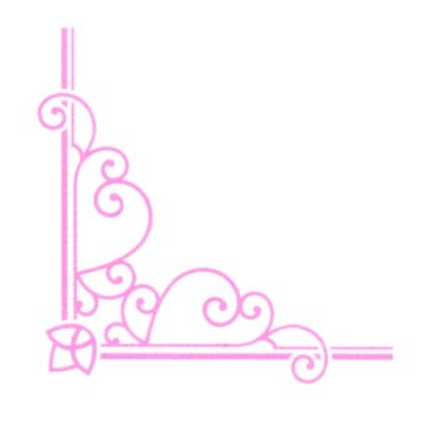
APGTIME 时代出版
时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

责任编辑：胡俊生　樊艳清
封面设计：郑京伟　赵冰波



动漫大辞典

Encyclopedia of Animation Comic and Game





ISBN 978-7-80769-093-1

9 787807 690931 >

定价：49.80元

责任编辑：胡俊生　樊艳清
封面设计：郑京伟　赵冰波



动漫大辞典

Encyclopedia of Animation Comic and Game

所有动漫爱好者的必备工具书!!

趣味性
引导性
权威性

三位一体!!

资深动漫人编撰
《动漫大辞典》
绝对超值典藏!!


ISBN 978-7-80769-093-1
9 787807 690931 >

定价：49.8元　动漫大辞典 第1卷

日系动漫游戏文化权威研究

动画・周边

动漫大辞典

Encyclopedia of Animation Comic and Game

动漫大辞典编辑室 编著

1



动画・漫画・游戏・轻小说・业界全制霸!! 第1卷

三十多位资深动漫人联手精心打造的权威读物
无论ACG菜鸟还是深宅达人都需要的资料宝典

动画篇
周边篇

史上第一套ACG大百科
最权威的动漫辞书型工具书!!



日系动漫游戏文化权威研究

动画·周边

动漫大辞典

Encyclopedia of Animation Comic and Game

动漫大辞典编辑室 编著

1

APGTIME 时代出版
时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

日系动漫游戏文化权威研究

动漫大辞典

Encyclopedia of Animation Comic and Game

❶ 动画·周边

动漫大辞典工作组 编著

ARTTIME 时代出版
时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

图书在版编目（CIP）数据

动漫大辞典．1，动画·周边 / 动漫大辞典编辑室编著．-- 北京 ：北京时代华文书局，2014.1
ISBN 978-7-80769-093-1

Ⅰ．①动… Ⅱ．①动… Ⅲ．①动画片－产业－研究－日本 Ⅳ．① J954 ② J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 014110 号

动漫大辞典．1，动画·周边
动漫大辞典编辑室编著

出 版 人　田海明　周殿富

责任编辑　胡俊生　樊艳清　责任校对　王雪君　装帧设计　郑京伟　赵冰波

出　　版　时代出版传媒股份有限公司　http://www.press-mart.com
　　　　　北 京 时 代 华 文 书 局　http://www.bjsdsj.com.cn
　　　　　北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼　邮编：100011

发　　行　北京时代华文书局图书发行部　（010）64267120　64267397
印　　制　北京艺堂印刷有限公司　（010）51288108

规　　格　787mm×1092mm　1/16
印　　张　16
字　　数　260 千字
版　　次　2014 年 4 月第 1 版　2014 年 4 月第 1 次印刷
书　　号　ISBN 978-7-80769-093-1
定　　价　49.80 元

CONTENTS ACG大辞典 动漫

第一卷 动画·周边

CONTENTS ACG大辞典 动漫

责任编辑：胡俊生　樊艳清
封面设计：郑京伟　赵冰波



动漫大辞典

Encyclopedia of Animation Comic and Game

ISBN 978-7-80769-093-1



定价：49.80元

序

“动漫”就仿佛一片新大陆、新世界，充满着各种各样的新鲜与奇妙。

人类可能要与60米的巨人战斗，少女可能会驾着战车进行晨练，翱翔于天际的魔女需要的不是扫把而是胖次，开演唱会唱歌不仅可以拯救自己的学校还可以拯救世界……

这里熙熙攘攘，来自各地的“勇者”们汇聚于此，在这里探索找寻着属于自己的乐趣与伙伴。

你是否正站在这片世界的入口处，刚刚抬起脚却不知该落足何处呢？你是否刚刚进入这片世界，却还听不懂这个世界的语言呢？你是否正乐在其中，盼望朋友加入却不知该如何说服他呢？甚至，你是否想要与同伴一起，不断向世界的最高峰进发，享受一览众山小的快感呢？

为了解决大家的这些问题，这套《动漫大辞典》就此应运而生了！它由编辑组的众小编与众多资深ACG宅们呕心沥血倾尽全力编撰而成，目的就是希望它能成为大家“动漫之旅”中的行路明灯航海灯塔，披荆斩棘无往不前的神兵利器。无论你是想开高达还是想开坦克，也无论你想去任何次元或是国度，哪怕是穿越地平线海平线时间线世界线，它也定能助你一臂之力。

现在你正捧在手上的是《动漫大辞典》的第一卷，在本书中，你可以知道动画的历史、日本动画的制作和运作模式，可以看到小编们精挑细选的数十部经典动画；你还可以看到各种各样新奇的动漫周边产品；在最后一章中，你更能够深入了解以ASL为首的日本三大动漫音乐演唱会和各种声优见面会。相信看完本书，你会对你所喜欢的动漫世界有一个更加深刻的认识，也会越来越爱上它。

最后祝“动漫世界”的所有勇者旅途愉快！毕竟，这才是我们的初衷与最深切的希望。

编者
2014年1月



Encyclopedia of ACG

第一章 总述

无论多少朵二次元的梦中花，也都茁壮开满你的心灵之地

从小长到大，懂事开始就会发现自己被什么东西所吸引着，某样东西的吸引力抓住了幼小的那个自己。伸手向玩具，娃娃固定微笑对人，活动的关节随喜好摆出任何姿势，小汽车要扭上发条往前奔跑，积木反复堆砌又破坏，周围摆满了小兵人，幻想着变成一名英雄在沙场上驰骋。伸手翻开图画书，上面画满了缤纷的花朵，可爱的小动物会做出各种表情表现人类一样的情绪，小动物们和王子公主、鬼狐仙怪……置身只能通过眼睛看到的平面世界，给予映入脑中的体验，小孩子发现里面有的是，惊心动魄的冒险或灿烂美丽的梦想。

ACG 是什么 /ACG 产业链

Overview of ACG

PROFILE

爱如芽梦生花

玩具、书本等东西，像蜜蜂扑往花朵一样，我们发现那些花朵散发的吸引力拉动了我们过去，吸引力随着年龄增长，注意从一处到另一处，动画、漫画、电玩就这么进入了童年，童年慢慢地褪色，走进少年期，持久地围绕这些花朵打转，得到天然的愉悦，原来这就叫做“兴趣”。对它们的兴趣，渐渐成型，收获到花蜜滋润身心。动画是充满色彩的梦，漫画是线条构成的梦，游戏是虚拟另一个分身的梦。它们都是通往二次元世界的桥梁，走到对岸，希望可以投身其中享尽梦的美好，不管多少岁，不管多少年，总会有如一的梦，带你回到那个地方，依然是那个对事物充满兴趣的自己。

ACG是什么？

ACG——Animation、Comic and Game的英文单词头字母缩写成为一个词汇，即是合起来叫动画、漫画、游戏这三者。可以指称翻译“动漫游戏”、“二次元”、“动漫游”，当然还是三个字母的ACG简简单单，最方便了。ACG是华人地区常用的次文化词汇，特别指来自日本的动画、漫画、游戏。



Anime 动画

华文使用ACG最早起源于1995年台湾的动漫爱好者AIplus在国立中山大学山抹微云BBS站开设的新版面，使用“ACG_Review板”作为名称以代动画、漫画、游戏，台湾的动漫评论团体傻呼噜同盟致力推广这个词。于是，这三个字母渐渐地固定下来，并流传到中国大陆和香港地区等华人社会。时至今日，轻小说这一类崛起，又衍生出“ACGN”这个词，N=Novels（小说），主要指轻小说（Light Novel）。轻小说也归纳入二次元文化，虽然可以演变成为ACGN这个词，不过绝大部分场合还是习惯使用ACG。

话又说回来，前面那三个词写成日文的话便是アニメーション、コミック、ゲーム。虽然叫法源自日本，但在日本一般不使用ACG这个词，而较常使用的类似概念词汇有MAG（マグ），MAG是Manga（漫画＝マンガ）、Anime（アニメ）、Game（ゲーム）的头字母缩写。

用来称呼“动画”的英文词汇就有好几个，比如说Animation、Cartoon、Animated cartoon、Cameracature，其中，最常使用的是Animation。“Animation＝アニメーション”有独特的日式用法已经演化固定成アニメ（Anime）。Anime是特指“日本动画”、“日本Animation”。另外，在英语里还衍生出一个新的词汇“Japanimation”，也强调是日本动画。“御宅族之王”冈田斗司夫指出，现在基本没有人使用Japanimation了，就是住在美国的日本动画迷也会不说Japanimation，而说Anime。所以Animation是指放之四海皆准的“一般动画片”，Anime是“日本动画”。日本最早是使用“动画（どうが）”的汉字词，进入50年代后，把Animation化用为外来语假名アニメーション。Animation的语源是拉丁语，Anima是灵魂的意思，动物的Animal也是从Anima衍变而成。可以那么看，原本无生命的东西经由安排、组合、变形像是赋予了灵魂变成活物一样。画是不动的，灌注创作的灵魂使得画组合活动起来，通过“动”和“画”来抓住观众的心，这就是动画。



↑《超时空要塞》系列一贯用歌曲解决宇宙战争，有着三大元素：战机变形机器人、偶像歌手、恋爱三角关系。

形成现在的日本动画已经有80多年的发展历史。从1917年到1945年二战结束为止，是日本动画的战前初创期。1920年西方最新发展的动画技术传入日本，初创的前期以改编世界名著为主，后期成为政治宣传工具，如1942年《桃太郎的海鹫》和1945年的《桃太郎海之神兵》，是鼓吹军国主义的“国策动画”。不过其使用了当时的高水准技术，为战后动画的制作打下了基础，日本动画正式开始摸索自己独特的表达方式。

战后探索期到1974年为止，开始使用反战题材，并尝试其他的不同题材。战后的10年间，雨后春笋般成立或重张的广告片和教育片的部门一窝蜂开始动画片制作，制作过动画的公司至少有40家。1958年第一部纯日本制造的彩色动画电影《白蛇传》上映。1974年，《宇宙战舰大和号》开始在电视上播出，科幻战争的内容使得先前存有的日本动画故事创作范围扩大，受众也跟着变广了，不光小孩子看，大人也可以看，本来以儿童为主体的动画观众层就此发生了变化。《宇宙战舰大和号》上映几部剧场版后，狂热的动画迷开始出现，标志第一次“动画热”的爆发。“动画热”是指大量出现动画迷的动向，这个词到现在还没有确切的定义，后来出现“御宅族”的名称应该较为接近“动画热”。

到1982年为止，算是日本动画的题材逐步确定时期，确定儿童向动画和青少年向动画的分野，还有区分西方说法的卡通和日本说法的动画。1982年至1987年是作画技术突破期，《机动战士高达》《超时空要塞》《风之谷》等佳作纷呈，又是第二次“动画热”的爆发。《风之谷》不仅赢得了包括青年观众在内从儿童到成年人的广泛支持，还受到评论界和知识分子的强烈关注。由此，动画导演的风格进入评论家视野，成为评论对象。以《风之谷》为标志，动画在日本影视娱乐中的地位发生了根本性的变化。

1987年，日本动画产业进入成熟期，并且向海外输出力度增大。法国引进《圣斗士星矢》和《七龙珠》，收视率令人惊奇地达到了67%。过去的日本动画（Japanimation）到国外播放，比如《宇宙战舰大和号》，曾经为了符合当地的法规进行了改编和删减，是不再保持原型的状态公映。1990年前后开始，包括普通电视动画在内，输出的日本动画在放映时保持了原样，并且观众可以清楚地认识到作品原产地在日本。这就是大家说的Anime走向世界。

成熟期的日本动画开始制作路线的分化，有高中生以上为主要对象的文艺动画、青年向的军事动画、少年向的热血动画等等。1993年到现在日本的动画业日新月异，画技、表现手法、构思设计等等都在趋向成熟。那么，要开始追求风格创新的时代了，突破原有的模式，以完善的技巧，传递制作者的思想和意识。例如押井守的赛博朋克《攻壳机动队》和庵野秀明的非典型人形兵器



↑驾驶高达的英雄主义、团队合作的集体主义等想象，放入科幻军武动画，吸引了不少观众。



↑科幻动画当中的机械设计经由人气动画开发出来成为一大热门看点，并且催生了玩具制造的盈利环节。

科幻《新世纪福音战士》，都是划时代的杰作。《新世纪福音战士》还创造了第三次“动画热”，成为现代动画的典型趋势。

日本动画市场大体上可以划分为三大块：电影市场、电视节目和录像带、DVD版本。1970年代，日本加强动画作为文化产业一环的概念。动画市场的规模，包括动画电影的票房收入、电视动画的收入和售卖和出租录像带、DVD的收益，1975年为46亿日元，进入80年达到了120亿日元，90年代上升至千亿元。90年代，日本动画的市场规模基本保持上升的态势，除去1996年和1999年的些许回调。

21世纪伊始的动画市场规模扩张得非常快，2002年的总收入达到了2135亿日元，其中宫崎骏导演的影片《千与千寻》占的份额最大。2003年日本动画市场因没有具有冲击力的作品出现，规模萎缩到1912亿日元，下降了10%多。到2004年，日本国内电影院上映的动画片约为81部，由于《哈维的移动城堡》成功带来的轰动性，电影票房、电视动画和录像带等的总收入又重新出现上升趋势。日本2004年的票房收入前20位的电影中，只有7部是国产片，而其中4部是动画电影，占到了57%以上，并且动画电影《哈维的移动城堡》以200亿日元的收入力拔票房头筹。另外，2004年日本本土出品的电影中票房收入前20位中，动画影片有10部，也占到了50%，每部动画电影的票房均超过10亿日元。日本人对动画电影热情的发烧持续不退。根据日本经济贸易产业部公布的数据显示，2004年在影剧院观看动画片的观众达到了2千多万人次，比上年的1千多万人次增加了近80%，占观众总人次的18%。动画迷在动漫作品和周边的消费上大概花去12%左右的可支配收入。

日本电视台动画片的播出数量在逐年上升，2001年是2454集，2002年是2748集，2003年是2850集，2003年比2002年增加播出102集。因为大量动画片安排在孩子们放学以后收看，以及成人动画基本上在晚上11点以后播出，所以大约60%的电视动画片的播出时间集中在晚间：18点～5点，上午时段即早上5点～12点播出的动画片为30%多，而下午时段12点～18点的比例不足10%。动画播放总时长2000年的75890分钟，2001年的85439部，推移到2006年达到136407分钟，是这几年来的最高峰，2007年下滑到124648分钟，2012年的TV动画比起前年增加了111.1%。

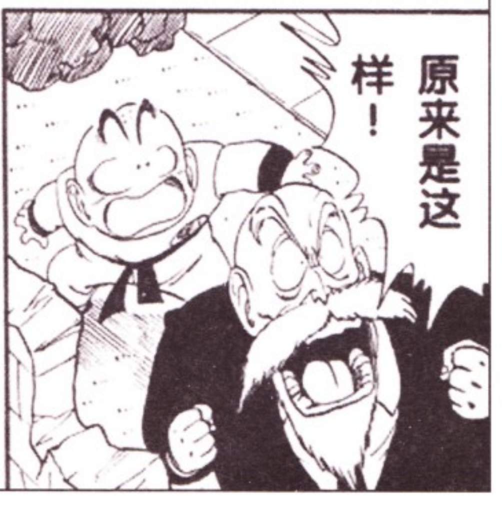
据日本影像软件协会对会员公司的一项调查，2004年售卖动画录像带、DVD的收入为926亿日元。其中，本土动画占28%，进口动画占22%；成人动画占82%，儿童动画占18%。日本本土动画和成人动画占有了录像带、DVD市场的绝大部分份额。

Chapter 02 Comic 漫画

英文词汇Comic、Cartoon从明治时代传到日本，翻译成“漫画”，昭和初期开始普遍使用此汉字词。漫画的狭义是引人发笑的讽刺画，广义上不单单是引人发笑，还包含有剧画、故事漫画、涂鸦、动画等意思。

纵观日本漫画的发展历史，日本从12世纪起是世界上最早发展漫画业的国家。幕末到二战前漫画继续发展，深受中世纪欧洲漫画的艺术思想、技法、工艺的影响。第二次世界大战爆发，昭和初期的漫画业一度颓靡，被称为日本漫画的“史前”。1945年第二次世界大战结束，日本有一段时间处于战后混乱期，但又出现了“漫画之神”手冢治虫，他带动日本漫画进入一个全新的发展阶段，为具有日本特色的漫画业打下了基础。

←漫画是一种新型的艺术表达形式。通过线条、分镜、文字组合成了一格格情节、一个个场景构成故事。





日本漫画文化在战后有了很大的飞跃，日本漫画并不是一蹴而就有今天的样子，它也走过了相当不平坦的路，有低潮，也有反弹，中间的迷茫更是漫长，其间发生了各种好的坏的大大小小事件。比如儿童漫画杂志的创刊、手冢治虫被剽窃事件、驱逐坏书运动、出租漫画的问题、少年系和少女系周刊的创刊、漫画评论的兴起、漫画表现血腥暴力的争议、少女漫画的崛起、色情漫画的限制和禁售、萝莉控漫画热、版权问题，等等，这些事件都是日本漫画发展的足迹。

日本战败的混乱时期，大人们想给孩子们一个光明梦想的愿望，跟商业主义上试图满足孩子们的需求不谋而合，大人要决定漫画的内容，可却没有那么乐观。战后用劣质纸张印刷的漫画单行本叫“赤本”，吸引了孩子们对娱乐的兴趣，当时也可以看到面向儿童的漫画杂志创刊动向。廉价的杂志和赤本是当时儿童漫画出版的两大支柱，两者保持死对头的关系，为了吸引孩子的兴趣而煞费苦心。由于当时也缺乏娱乐，不管是什么样的作品都能卖出去一定的数量。战后初期的漫画可以说大部分是滥竽充数，甚至被当作恶俗的东西受到强烈的抨击。从中也反映了战前漫画的牧歌式氛围和战后漫画的刺激性内容的落差。



↑手冢治虫所创造的漫画角色集合——《铁臂阿童木》、《蓝宝石王子》、《Black Jack》……



↑萩尾望都不仅仅是“花之24年组”之一，还誉为“日本漫画之母”。

赤本漫画还分两大主要的产地，一个是东京，一个是大阪，“漫画之神”手冢治虫正是大阪的赤本漫画出道。手冢治虫创作出他实质上的漫画处女作《新宝岛》，这部印刷在一种叫做“仙花纸”的粗劣再生纸上的漫画单行本受到了当时大批孩子欢迎，卖出40万部。战后混乱的空间里，故事漫画绽放出了美丽的花朵。

20世纪的50年代中期，赤本漫画迎来终末，战后实现复兴的出版社不断出版儿童杂志，漫画单行本的出版也改变了发行形态。漫画受到战后复苏的整体文化浪潮影响，出版形态的变化推动漫画数量的大幅增加。又因为漫画的需求日益增强，漫画家们变得十分忙碌，赶不上截稿期或者请别人代画的事件多有发生。于是，剽窃和模仿成风，当红漫画家成了目标，手冢治虫首当其冲是被模仿和被剽窃的大头。那时候漫画出版是数量优先的战略，导致作品的水平低下，成为后来的“驱逐坏书运动”的重要原因。从今天的许多更具有刺激性的漫画画面来看，当年的“驱逐坏书运动”反应似乎是有点过度了。不过，作为新文化的故事漫画，在战后民主主义新时代的希望与不安当中，是一个奇特且活力四射的事物。

50年代后半，放有许多漫画的租书店迎来鼎盛时期，当时的日本各地都有出租图书的店，特别是火车站附近尤其多。进入70年代后，日趋衰退。租借用的漫画火爆，又正好是手冢治虫创作停滞的时候，写实漫画从中诞生代替手冢治虫式故事漫画的表现形式。50年代末，受到就学儿童减少的巨大影响，儿童杂志的发行数骤减。为了应付这个困境，《周刊少年SUNDAY》和《周刊少年MAGAZINE》创刊。1966年《周刊少年

MAGAZINE》发行量增加到100万册，也体现了写实漫画的力量。60年代，是漫画热潮涌起的时代，不单是杂志发行量增大，单行本销量增长，还渗透到广泛的读者层中去。漫画青年辈出，面向漫画发烧友的专业杂志创刊，漫画评论兴起。一部分喜欢漫画的青年拼命购买这些发烧友杂志来阅读，受到漫画评论的洗礼，后来这些漫画青年成为1970年代的少女漫画、成人写实漫画、青年漫画的主力作者，贡献了日本漫画发展的强劲力量。

写实漫画在六十年代受到了读者的强烈欢迎，而且提升了少年漫画杂志的读者年龄层。面向儿童的漫画并没有那么简单了，也会影响到青年一代。乔治·秋山（秋山勇二）画的《阿修罗》因为描绘残酷的吃人场面成了一个社会问题，激起人们对漫画的表现尺度、手法和内容的大讨论，作者承受不住这个压力曾经失踪过一段时间。1970年代，与之前少女漫画家不同的创作者从少女当中涌现，少女漫画迎来了新的时代，由年轻一代的少女漫画家创作的新型作品纷纷出现在杂志上。特别是以“花之24年组”为代表的那一派少女漫画家，她们就是萩尾望都、树村实、大岛弓子、竹宫惠子、山岸凉子等人。她们在漫画的创作上突出了独特的感性，加上自我表现的本能产生积极的作用，从而创造出少女漫画的一个独特世界。

漫画界经历过1980年之前的70年代后期黄色漫画风波事件后，了解到漫画家的风格手法多样性以及漫画的发展规律，到现在漫画随处可见，漫画的繁荣令我们应接不暇。简而言之，现在的日本漫画可以说是以线条和分镜、文字结合描述故事的一种绘画形式。漫画的罗马字母Manga有时候跟英文Comic混合用，有微妙的区别，Manga使用的理由跟Anime一样，特指日本的漫画。



Game 游戏

游戏的Game，主要是说电子游戏（Electronic games），电子游戏又叫视频游戏（Video games）或者电玩游戏（简称电玩），是指人通过电脑、游戏机及手机等电子设备进行的一种娱乐方式。

说到日本的游戏，任天堂在1983年开发出来的主机Famicom，简写FC（由于机身的颜色红白相间，又叫红白机），捆绑游戏卡带《超级马里奥》、《大力水手》，上市时就受到了热力追捧，任天堂从此鲤鱼跃龙门。没过多久，任天堂把红白机推广投向了全球市场，甚至这股热潮还流到80年代后期的中国。红白机是日本电子游戏产业蓬勃发展的标志，形成一种全新的文化力量。

任天堂等日本公司开创的游戏机产业得到了市场认可，打破了之前市场受美国游戏公司垄断的局面，并且大部分的市场份额拱手相让给任天堂，任天堂还打进了美国市场，那些日本国产游



↑任天堂制作的众多游戏《塞尔达传说》《口袋妖怪》《超级马里奥》《星之卡比》等角色的经典形象。



↑卡普空的街头霸王对美国漫画英雄，特色鲜明的人物形象和操控上的游戏趣味性十分吸引玩家。



↑《生化危机》从 PS 的平台开始，形成了一个属于全球性的热门系列，多有改编成电影。

戏机渐渐入驻日本家庭电视机前，成为日常娱乐不可或缺的一部分。这一段时间，日本的六家软件公司加盟任天堂主机的游戏开发，实力进一步巩固，它们是：南梦宫（NAMCO）、卡普空（CAPCOM）、柯那米（KONAMI）、泰拓（TAITO）、哈德森（HUDSON）、杰利可（JALECO）。1985年前后有 17 家公司加入任天堂的阵营，包括日后声名大噪的史克威尔（SQUARE）、艾尼克斯（ENIX）。这些游戏公司通过给任天堂提供游戏软件并热销，促进了开发实力和技术、创造的生根发芽乃至茁壮成长。任天堂建立类似行会组织的运行模式保证游戏制作的质量以及任天堂和游戏软件公司的声誉。红白机的成功对于任天堂，对于日本游戏产业，乃至对于世界游戏产业都产生了很大影响。同一时期，日本动画开始成为日本主流文化生力军。

任天堂看似完全称霸了日本的游戏市场，但它也有锐气十足，不容小看的强力对手——世嘉（SEGA）。这家由美国人创建的公司有很多创举，比如世界第一款充电电池、世界第一款光盘媒体游戏、世界第一款 3D 游戏等等，但它却总在关键时刻栽倒。虽然经常失利，可它还能够在 1983 年至 1995 年这 15 年不断推出新型机种，如 1983 年的 SG-1000、1988 年的 MSGA DRIVE（MD）等参与游戏界的竞争。1988 年到 1990 年，拥有超前性能的 MD 获得世界近 30% 的软件商支持，性能落后的 FC 处于下风。不过，任天堂还是难啃的硬骨头，它在 1990 年开发出红白机 FC 的升级机型 SFC（超级任天堂），在游戏界扳回一城，并且原本加盟世嘉的游戏软件公司纷纷转投任天堂的怀抱，任天堂在市场上迅速收复了城池。

20 世纪 90 年代早期电子游戏初步具备了规模，不断扩充游戏类型，游戏素质也在速度提高。日式角色扮演类（RPG）、战棋类（SLG）不仅具备长剧本的故事，在逐渐成熟，还吸引新的用户群。光荣的历史游戏系列以历史题材、优良的制作水准、考究的人物设计吸引了核心玩家和主流玩家发展至今，已经成为特定的产业文化。艾尼克斯

的《勇者斗恶龙》、史克威尔的《最终幻想》都有宏大的世界观、引人入胜的剧本、趣味的系统。1986年《勇者斗恶龙》系列的第一部作品发售，席卷日本的游戏软件市场。成为史无前例的国民RPG。1987年《最终幻想》经第一代推出，一个系列已经有20多年的历史，到现在仍然是史上最畅销的游戏之一，玩家人气最高的RPG巨作。



↑史克威尔的经典名作游戏《最终幻想7》，PS让游戏体现了技术的进步，故事内容的吸引力，角色的形象深入人心。

1992年，任天堂公司一年的盈利与整个好莱坞电影业相当。如此丰厚巨大的市场利益，吸引了松下和索尼这两家日本最有影响力的电器集团加入欲分割电子游戏市场这块大蛋糕。1993年，松下联合美国的3DO公司研发出第一款32位家用游戏主机“3DO”，设计上趋向家电风格，于1994年在日本市场发售。3DO期望过大，失望也大。这台主机的高端路线营销策略使得游戏真正的消费群大量年轻人望而却步，3DO销量惨淡，没有市场，支持的游戏软件也少得可怜，3DO很快退出了市场。1994年，世嘉公司和索尼公司分别推出32位家用游戏机SEGA SATRUN（SS）、32位家用游戏机PlayStation（PS）。SS的2D游戏画面精美，PS的3D机能优秀，不分上下。史克威尔的《最终幻想7》是首款3D化的最终幻想游戏，加入索尼，使得索尼主机加重竞争砝码，《最终幻想7》游戏跟着一起大热卖，旗开得胜。

日本电子游戏业进入了次世代。任天堂此刻在内部管理出现危机，混乱的局面导致新机种研发停滞不前。任天堂依旧坚持游戏性的好坏，落后于消费者追逐次世代主机所表现出来的画面和音响效果。多次计划跳票、更改之后，任天堂终于在1996年发售任天堂64（N64），64位的机能是胜于SS和PS，但在光盘已经相当普及的年代，任天堂坚持使用卡带作为N64游戏的储存媒介。这样一来，游戏容量小，也无法使用更多样的音效和画面，有很大的局限性，只能有平庸的影像表现，相较PS和SS使用的光盘载体，成本也高昂，流通效率低下。索尼已经改变了大量游戏消费者的习惯选择，原先是单纯追求游戏性和好剧情，变成还要有好的3D游戏画面，大量穿插活动视频以及特技效果。索尼在市场上逐渐超越了任天堂，从任天堂处吸收了许多消费者。SS虽在日本顺风顺水，旱涝保收，但在北美市场遇到滑铁卢，让世嘉从此在家用游戏主机的主流竞争里出局。

1998年是日本游戏业辉煌全盛期，占领球电子游戏市场的硬件90%以上，软件也有50%以上。


↑从左至右索尼的PS3、微软的XBOX360、PSP、任天堂的Wii、DS……在游戏业的战场上拼杀得热火朝天。

进入21世纪，日本保持游戏硬件垄断的地位领先20年被美国微软逐渐改变。微软斥资30亿美元研发了XBOX主机，另一方面，欧美在游戏开发的核心技术——游戏引擎后来居上，赶超日本。日本游戏开发技术立足5、6年主机更新换代频率，XBOX的出现，也推动了日本游戏的变革。XBOX上市的时候，索尼的PS2全球销量已经突破了2000万台，XBOX初生牛犊不怕虎，一口气凭借优越的硬件机能打下了全球游戏界的一席之地，还在利用微软的雄厚实力不断扩张。索尼的PS2主机和任天堂的NGC主机互战，XBOX参入电子游戏的群雄逐鹿。随后，索尼的PS3、微软的

XBOX360、任天堂的Wii成为三大游戏主机继续在游戏市场上掀起硝烟滚滚，索尼的路线强调接近真实的影音效果，微软则有全球网络资源支持，让家用游戏主机进入网络时代，任天堂依然专注游戏性，强调人和游戏的互动，对游戏的操控方式进行了变化改革。新的一轮竞争又要全面打响了，WiiU已经闪亮登场，PS4、XBOX ONE也即将要亮相……

次世代主机的机能强力支持游戏软件制造的技术更新，如游戏画面、游戏音响效果、电影视频技术都长驱直奔，一日千里，软件公司可以更多地去设计原本只能想而不能做的游戏，现实中的各种艺术元素不断地引入到游戏的制作里。3D画面渲染得越来越接近真实，音效悦耳震撼，音乐悠扬回荡，世界观宏大，剧情千回百折，是次世代游戏的特点，电子游戏也逐渐加入电影化的表现力效果，而电影工业也有一定的程度受到游戏影响。从早期的主机，到八九十年代的掌上游戏机，21世纪偏向家电设计的主机，日本游戏产业经过30多年的耕耘，终于将电子游戏这棵幼苗，培育成一棵时尚的娱乐产业参天大树。



Chapter 04 Light Novel 轻小说

"轻小说"这个词是日本人创造的日式英语"Light Novel"。这个名词怎么产生的呢？普遍的说法是这个词发源自NIFTY SERVE公司经营的SF · Fantasy网络聊天室，读者们在聊天室里讨论讲到了这个词，从此就成了新兴名词。

从本质上来说，轻小说是从日本ACG产业中诞生的亚文化产物，成为一种较为新颖的文学体裁。从字面上看可以解释为"轻松阅读的小说"，以特定故事描绘手法所包装的小说，其手法的特色在于提高故事传递给读者的效率。以十多岁的中学、高中生的少男少女为主要读者群取向，通常使用动漫画风格作为插画的一种娱乐性文学作品。

虽说近年来轻小说愈发有成为继漫画、动画、游戏之后，二次元文化领域的第四台柱的倾向，但实际上轻小说的问世还不足四十年，被正式命名和分类的历史只有二十年。

1975年，《宇宙战舰大和号》改编成小说版，给丰田有恒担任原案，石津岚负责执笔撰写。那时候还没有轻小说这个概念，是动画改编的科幻小说，放入取自动画的插图，却成了后来轻小说的雏形。

轻小说旗手冰室冴子创作的小说《听到涛声》，曾经被吉卜力工作室改编成动画剧场版，读者有先看过小说再去看电影的，有看了电影回头找小说来读的。《听到涛声》原先连载在德间书店的动画杂志《ANIMAGE》上，后来出版单行本和文库本的时候，作者仍有加笔改写内容。该片的作画监督及角色设定一职是曾参与多部吉卜力动画工作的近藤胜也，小说的插画也由他来绘制。



↑冰室冴子的小说《听到涛声》改编成吉卜力动画剧场版。小说和电影一起成为经典之作。

轻小说的刊载可以从这里看得出来，慢慢形成发行的模式，先写到杂志上，然后把文合并起来成单行本，文库本就是跟一般的小说差不多了。后来轻小说有专门发行轻小说的文库出版发行，

其实，只要出版商定义为的轻小说进行的出版的书籍，都可以归类为轻小说。是否可以把某小说归类到轻小说的范畴主要还是看出版商的定位。

读者们都评价《听到涛声》是一部“动画一样的小说”或者“漫画一样的小说”，被视作轻小说概念兴起的起源之一。

80 年代末到 90 年代初，对于日本娱乐界来说是一个革新转变的时代，任天堂和世嘉推出家用游戏机，开发出了许多游戏软件，前所未有的新式体验改变了日本年轻人之间的流行元素趋势。受到许多高人气的游戏大作影响，日本流行起了欧美魔幻风格的故事。轻小说迎来第一个黄金时期。

1990 年《秀逗魔导士》的小说版诞生，是一部定位明确的少年向轻小说，热血战斗风格的本篇与爆笑恶搞风格的外传结合在一起，涵括了日本少年漫画中最流行的两大主流趋势，吸引小学生和初中生。改编成动画和漫画，风靡全日本甚至到全世界。

差不多同一时期的《罗德岛战记》为角川书店称霸轻小说界打下基础，拉拢了高中生和大学生的消费者，又将幻想类小说推上众多出版题材的金字塔。

1992 年，角川书店董事长角川春树的弟弟角川历彦带领一部分角川书店的轻小说家出走另立门户，创立了 Media works 公司，轻小说的电击系列就此诞生。2005 年，该公司推出轻小说《灼眼的夏娜》，《灼眼的夏娜》改编成动画，不仅动画受欢迎，动画还成为小说的“广告”，吸引了新读者前来购买。

出色的轻小说改编动画一个接一个出现，如角川 Sneaker 的《凉宫春日的忧郁》、MF 文库 J 的《零之使魔》等等，推进了轻小说业界的崛起，轻小说在选材和风格开始向着多样性发展，从模仿欧美魔幻、日式漫画到现代世界和日常生活题材，范围扩大了，文风也有靠拢文艺也有清新的不同方向，更不缺乏口语化。轻小说就此纳入了二次元文化领域当中。



↑ 1990 年出版的《秀逗魔导士》，无论是小说还是动画都深受欢迎。



↑《灼眼的夏娜》改编成动画版，受到欢迎成为原作轻小说的“广告”。

Chapter 05

ACG产业链



↑ 1970 年代版的《宇宙战舰大和号》重制成新版《宇宙战舰大和号 2199》，往日经典焕发新光彩。

ACG 既然说是亚文化词汇，亚文化就说明了 ACG 是从主流文化衍生出来的新兴文化，也就是小众文化。本着某种亚文化多由爱好者群体流传出来，我们都知道现在 ACG 这个小众文化的爱好者们很多称为“御宅族”。ACG 此词借由受众当中的团体认同和共享，接受 ACG 的熏陶、灌输，加强影响的因素，亚文化就像主流文化那样流传出去，生活在社会当中的人们不光只是置身于主流文化，也会从人们生活的群体里受到许多亚文化的影响。

ACG 的文化在 1970 年代中后期之前，被视为小孩子的娱乐，是一个深入人心的观念。1970 年代后期，《宇宙战舰大和号》《机动战士高达》等高龄层向作品播出，把这些观念给慢慢地扭转了过来。ACG 产品在亚文化流动中，都要有宣传。在日本已经形成了一个完整的产业链，有传统的漫画杂志、漫画单行本、电视连续剧、电影版、“番外篇”，还有游戏版、小说版、周边，等等，广播剧和舞台剧也占有很重要的位置。宣传一个作品出去，打出名气，使二次元产品的效益最大化，同时也大大扩张了 ACG 产品的宣传。

比如，漫画人气高，就会有动画公司商谈动画化。动画的受众增加，继续增高人气，同时也会带动漫画的销量，同时小说化、游戏化、广播剧，等等。漫画、小说、动画、游戏是一个产业链，他们相互之间有着必然的联系，带动彼此的销量。由书面形式延伸的二维艺术会增加它本身的认知度，而后的其他周边生产便可以有效的提高收益。同理，先从原创动画开始，就衍生出漫画版，然后推出小说版，等等。轻小说的操作成产品链条也是如此。游戏的话，卡普空公司的《生化危机》系列引领全球恐怖游戏风潮，游戏中的电影镜头效果的运用，烘托气氛的背景音乐都誉为经典，这游戏被改编成一系列的多部电影，大牌明星米拉 · 乔沃维奇等人的出演更是让《生化危机》名



↑日本琦玉县久喜市的鹫宫神社，因为《幸运星》动画的播放效应吸引动画迷前来参拜、旅游。

满天下，音乐推出单独的唱片，还有相应的小说单行本……操作得好便是一个广阔的商业价值开发空间。

就拿《进击的巨人》为例子，本来是连载在少年漫画杂志上没出多少话的漫画，因为人类对抗巨人这种黑暗激斗的内容在漫画迷之间口碑相传，就动画化了。动画化后循环带动漫画的销量，还要电子游戏化，总之《进击的巨人》回报率十分高，带来的效应势如破竹。你会发现，连不怎么看动画的人都会在QQ上敲你，和你说："最近有看《进击的巨人》吗？很好看啊！"你就会觉得连不怎么看动画非宅人员跟风去看巨人，心中浮上了不明微妙感："啥！《进击的巨人》莫非要变成民工漫了！？"

如果有机会去日本旅游，会看到各种ACG的角色形象充斥街头，早已超越了杂志和电视的范畴。已涉及到电影、电视、音乐、出版，甚至主题公园、网站资源等等，作品、商品和服务千姿百态，而这些依附在动画片周围的其他市场的繁荣，反过来又会提高动画本身的知名度。商机无限，典型的强力吸金链条应该是《新世纪福音战士了》和《机动战士高达》了，EVA有许许多多数不胜数的商品，相机、手表、食品、日用品……游戏软件和服装等已经在全球形成一个巨大的"ACG产业链"。《机动战士高达》给日本最大的玩具制造商万代公司每年带来的销售总额中，约有15%到17%的份额就来自机器人玩具的销售收入。

日本ACG产业链模式概括起来有以下七个要点：

1. 抓好播出市场，即图画和音像制品市场，积极开发衍生市场。
2. 播出即制作的开端，对ACG产品进行二次利用，把握出口商机走向世界，开拓海外市场。
3. 政府大力扶助。动漫产业占日本GDP的比重超过10%，成为日本第三大产业。
4. 产业链联接良好。形成了效益递进的良性循环模式，有规模，量产明显，商业模式确立，持续经营。
5. 消费市场广泛。产品说明书、提示内容、企业标识、广告制作等使用动漫语言，使得虚拟亚文化成为潮流。
6. 合作机制清晰。形成了分工合作的模式，漫画工作室、动画工作室、版权代理事务所、印刷出版企业、图书发行企业、电视台、杂志社、动漫衍生品生产和销售渠道等。
7. 培养受众。年龄层划分，抓住青年、少女、少年、儿童等群体，针对受众群对应不同喜好，不同题材等。



↑《进击的巨人》漫画经过动画化后销量有了大幅的增长，周边包括官方同人漫画《进击的中学校》为漫画本篇助力。



Encyclopedia of ACG

第二章 动画

不仅仅是会动的画，更是寄宿我们梦想的所在

我们热爱动画，因为它能够带着我们畅游未知的世界，探索神妙的领域，了解更多有趣又好玩的内容。不能飞就给你竹蜻蜓，想穿越就给你时光机。所谓动画，不仅仅是会动的画，更多地是承载着我们的梦想，我们的童心。所以，动画才会如此有魅力。

简述／日本动画／日本动画赏析

Animation

P R O F I L E

动画

本章将带着读者了解动画的前世今生，认识日本动画的魅力所在，知道动画的制作流程。身为动漫迷，当然是不得不看的重要内容啦。



动画是什么？

我们热爱动画，观看动画，但是我们是否了解什么是动画呢？这项艺术说难也难说简单也简单，虽然每周都在追番，却也未必能真正给出答案。



动画的定义

你看过《火影忍者》《死神》《海贼王》吗？你看过《EVA》《魔法少女小圆》《美少女战士》吗？……如果你对上述的影片都很熟悉，如果你每个月都在忙于追新番补旧片，甚至说如果你只是一个普通地生活在现实世界的正常人，你应该会很熟悉用来统称这类影片的名词——动画。

动画，或者说动画片是一种以“逐格拍摄”为基本摄制方法，并以一定的美术形式作为其内容载体的影片样式。

它是一种综合艺术门类，集合了绘画、漫画、电影、数字媒体、摄影、音乐、文学等众多艺术门类于一身的艺术表现形式。动画的英文有：Animation、Cartoon、Animated cartoon、Cameracature。其中，最通用的为“Animation”，它是Animate的名词形式，来源于拉丁语的Anima，意思为“给予生命”“使之复活”等。也就是说，Animation可以解释为经由创作者的安排，使原本不具生命的东西获得生命一般的运动。

在动画的发展过程中，世界各国对于动画有着不同的叫法。在美国，人们称之为“卡通”；在日本，最初的称呼为“漫画映画（まんがえいが）”，而后又有“动画（どうが）”、“动画电影（どうがえいが）”，到最后才定型为“Anime（アニメ）”；在中国，最开始人们称动画为“美术电影”、“美术片”，到后来则接受了日本的外来词汇，以“动画”这词称呼这种影片样式。

动画和电影、电视一样是利用视觉原理，即人类具有的“视觉暂留”（人的眼睛看到一幅画或一个物体后，0.34秒内不会消失）这一特性，将人、物的表情、动作、变化等分段画成许多画幅，再用摄影机连续拍摄成一系列画面，给视觉造成连续变化的图画。因此，它和电影一样都采用了每秒24幅画面的速度拍摄和播放。然而，事实上，真正想使用每秒24帧的制作速度和质量是一件非常耗钱且耗时间的事情。

如果日本动画都采用了每秒24帧的制作方式，那么每周一集的播放方式就不大可能保得住了。因此，日本动画片是在每秒24帧的情况下，每三帧一样的形式进行的有限动画。虽然看似是件偷功减料的事情，但利用光彩的变化和出色的故事情节，日本动画将有限动画的优点发挥到了极致，这也算是穷人的智慧吧。

动画、动漫和卡通，这三个词都算是日常常见的名词，但三者之前还是有一定的区别的。动漫为动画和漫画的总称，而卡通目前更多指的是狭义上的欧美地区的漫画和带有儿童向的幽默动画作品。因此，“动画”一词才更符合我们概念中的《EVA》等作品的形象。



动画的种类

动画有很多种类，根据分类方式的不同，它又能有不同的情况出现。这里主要根据被摄物体的材料不同进行分类，可以分为以赛璐珞动画为代表，还有木偶动画、粘土动画、水墨动画、剪影动画等几十种。虽然现在我们看到的动画作品多为赛璐珞动画，但每年世界制作出来的还有不少其他类型的动画。以下就列举几种主要的动画进行解释。

赛璐珞动画（Celluloid Animation）

赛璐珞动画是最常见的动画类型，日本动画的99%都是赛璐珞动画。这是将运动的物体和背景分别绘制于不同的透明胶片（赛璐珞片，后改为透明的醋酸盐片）上，然后再在专用的摄制台上叠加进行拍摄的动画，是一种利用分层技术制作出来的动画。利用分层进行绘画，不仅可以减少绘制的帧数，还可以实现透明、景深等不同的效果。



↑现在我们所看的大部分日本动画依旧采取的是赛璐珞动画的制作模式。

赛璐洛动画技术的出现，使得制作同等长度的动画在人力和财力上都有了更大的空间（可以说是穷人和懒人的智慧之二）。虽然，自计算机数字化普及之后，动画制作已经淘汰使用赛璐洛而是将手工描绘在纸上的原画、动画扫描到电脑，剩下的工作通过电脑技术完成。所以，严格上来说，赛璐珞动画的叫法已经过时了，但由于现在的动画制作多还是采用赛璐珞动画的分层制作原理，因此依旧可以将这一制作过程称之为“赛璐珞动画”。

代表作品：绝大多数市面上的动画。

水墨动画（Chinese Ink Animation）

水墨动画可以称得上是中国动画的一大创举，它将传统的中国水墨画引入动画制作中，利用水墨画的虚实的意境和空灵的画面使得动画的艺术格调有了进一步的突破。这种创作方式始于1960年上海美影厂拍摄的“水墨动画片段”的短片。与一般动画片不同，水墨动画没有轮廓线，而是利用水墨在宣纸上自然渲染而成。也因此，水墨动画的制作非常复杂，制作一部动画所需的时间和人力都十分巨大。中国曾制作出像《小蝌蚪找妈妈》等让整个世界惊艳的水墨动画，但现在却很难再创奇迹。

代表作品：《小蝌蚪找妈妈》《牧笛》《鹿铃》《山水情》等。

剪纸动画（Cut-out Animation）

剪纸动画是初期发明的动画手法，指在背景画上放置剪裁好的人物形象，为了方便运动而在手、腿等关节部分用大头针固定，每拍摄一个镜头就动一下。这种手法省时高效但是在表现动画的连续性和表情上受到了一定的限制。在中国，这种动画主要是跟中国民间的剪纸艺术结合起来，在借鉴皮影戏和民间剪纸等传统艺术的基础上发展起来的一种动画样式。

代表作品：《渔童》《山羊和狼》《济公斗蟋蟀》《葫芦兄弟》等。

折纸动画（Paper Folding Animation）

折纸动画，又称纸偶动画。其原型就是我们平时常玩的折纸艺术，但它又不同于一般的折纸艺术，而是用硬纸片折叠、粘贴，制成各种立体人物和立体背景，再利用动画的原理进行拍摄制作。折纸动画不同于剪纸动画，它的人物和背景都是立体的；它又不同于木偶动画，虽然二者都

是立体的，但由于这类动画的材料是纸制作的，也就形成了折纸片具有轻巧、灵活又充满稚气的独特艺术气息。也因此这一特点，折纸动画比较适合表现简短的童话故事。我国第一部折纸动画片为 1960 年的《聪明的鸭子》。

代表作品：《聪明的鸭子》《一颗大白菜》《折纸小兵》等。

木偶动画（Puppet Animation）

木偶动画可以追溯到西汉时期的傀儡戏。动画的制作技术发展之后，欧洲很多动画家将傀儡戏带入动画片中，形成了新的表现形式。木偶动画的制作方法是将整个木偶各个活动部分（包括眼睛和嘴巴）都用银丝或金属制成关节，而后由人操纵，按照动作的顺序，扳动关节，逐格拍摄。它还包括杖头木偶和布袋木偶两种类型，后者现在更是成为了木偶动画的强中之手。由台湾霹雳多媒体国际股份有限公司推出的“霹雳布袋戏”现在依旧风靡全球，在大陆的人气也很高。近年来，沉寂多年的国产木偶动画片出现了由杭州定格文化创意有限公司制作的《木木部落》，打破了这一尴尬局面。

代表作品：《阿凡提》《真假李逵》台湾“霹雳布袋戏”等。

黏土动画（Clay Animation）

黏土动画和木偶动画一样，是定格动画中的一种。它是以特制的粘土、橡皮泥或其他具有可塑性的类似材料制作的动画片。黏土动画拍摄中所运用到的角色和道具场景，多为手工制作，这使得黏土动画具有淳朴、原始、色彩丰富等艺术特色。这种制作方式主要在欧洲地区很流行，其中英国的阿曼动画工作室最为出色。这家公司制作了很多知名的黏土动画，其中就有《小鸡快跑》、《超级无敌掌门狗》等。除此之外，《僵尸新娘》和《圣诞夜惊魂》也是很有名的黏土动画。

代表作品：《小鸡快跑》《超级无敌掌门狗》、《僵尸新娘》《圣诞夜惊魂》等。



↑《小鸡快跑》是一部很有名的黏土动画，也是由阿曼工作室制作。

CG 动画（Computer Graphics Animation）

CG 动画主要是为了区别于传统的赛璐珞动画而说的。事实上在大部分的我们所观看动画里，CG 还是占有很重要地位的。利用计算机讲述进行视觉设计和生产的领域通称为 CG，CG 动画从狭义上来说即为 3D 动画，它是以计算机图形学为基础的电脑动画，在三维）空间中建立虚拟的立体模型并赋予时间运动的动态影像，如《最终幻想Ⅶ：圣子降临》就是一部典型的 CG 动画。CG 动画广泛运用于各个领域，包括游戏、动画、影视等。很多大型游戏，如《魔兽世界》系列、《星际争霸》系列等宣传动画都几乎是 CG 动画制作而成。我国的 CG 动画影业也在步步上升中，第一部 3D 动画电影《魔比斯环》虽然制作上还差强人意了点，但也还是让人看到了一些希望。

代表作品：《卑鄙的我》《秦时明月》《最终幻想Ⅶ：圣子降临》等。



↑《功夫熊猫》主打中国风，也是一部很有名的 CG 动画。

简述

动画的历史

作为一个合格的动漫迷，怎么可以不去了解动画的出身和历史。虽然看似是些无关紧要且枯燥的知识，但是无论是用来补充自己的课后知识，或者当作跟朋友一起时的谈资，都能够发挥很重要的功用。



Chapter 01 动画的起源——表现“动”的绘画技法

古人有云：“仓廪实而知礼节，衣食足而知荣辱”。在解决了温饱问题之后，人类总是接着向娱乐和知识方面的领域进军。在电影、动画、电视等现在已经习以为常的娱乐方式出现之前，人类的娱乐方式首先有绘画。绘画的历史，最早可以追溯到旧石器时代的岩洞壁画。别听着是旧石器时代，就觉得类人猿一样的古人类能做出些什么。现在的很多发明恰恰都是在前人的基础上起步的。

在旧石器时代的岩洞壁画里有学者发现了不少类似表现“动”的图画，这可以说是动画的起源。其中以1879年在西班牙北部发现的阿尔塔米拉洞窟壁画和1940年在法国中部发现的拉斯科洞窟壁画最为著名。这些壁画上的动画被叠加了多条腿，用来表现某个被分解的动作，如动物的奔跑。且不去论这些绘画的存在目的到底是人类用来捕捉动物的灵魂，或者是他们对自然的尊敬。至少现在的我们能够知道，人类很早以前就已经开始捕捉动作了。包括现在大部分动画的制作，都是需要利用连续动作的分解图再加以合成。

当然，像旧石器时代的这种简单的连续动作分解图，但没有专门的设备可以用来展现这些带有连贯性图像前，这种图还只能称之为“表现‘动’的图画”，而非真正意义上的动画。不过，利用这种原理，早期的人们还是由此做出了一些动画的雏形，例如皮影戏。说到皮影戏，笔者印象最深的还是《大闹天宫》。役者们的精彩操作和中国古典音乐的完美结合，将孙悟空的猴样惟妙惟肖地表现了出来。当然，严格上说来皮影戏非并是利用分解图来达到动的效果，但是通过操纵剪纸上的人物进行活动，也算是让它动起来了吧。

在电影摄影还没出现之前，早期比较流行用来观看分境图的设备主要包括1832年由比利时人约瑟夫·普拉陶和奥地利人西蒙·冯施坦普费尔发明的费纳奇镜、十六世纪西方出现的手翻书以及中国早期的西洋镜（又称：拉洋片）。拉洋片作为中国的传统民间艺术，就是利用图片的变动来讲述一个故事或者相关的内容。可惜，这项艺术已经基本绝迹，仅有少数人仍坚持着这份工作。



↑中国动画的发展，离不开这些老前辈的探索。

Chapter 02 动画的兴起——前迪士尼时代的先驱们

虽说费纳奇镜、手翻书和拉洋片的出现，让连续的图像产生了类似动画的视觉效果，但是在电影出现之前，动画并没有太大的发展。而事实上，电影摄影出现之后，这些设备反而渐渐消失，动画也因此沉寂了十几年。

虽然说是沉寂了，但幸好人们并没有忘记曾经带给自己欢乐的动画片。动画制作技术的发展得益于19世纪电影摄影技术的发展。在这一时期，有很多人企图创作动画，并为此作出了不少努力和尝试。就像动画有着那么多的类型，不同人所创作的动画作品可能都不一样。因此很难找出单独的一人，评价他为“勇于吃螃蟹的第一人”。但是，我们依旧可以尊称他们为某些动画制作技术的先驱。

首先应该提及的是最早通过“电影”这种媒体公开放映动画作品的吉姆斯·斯岛特·勃拉克顿（美国人）。吉姆斯原是个精通技术知识的自由记者，用句现在的话说，就是个超级技术宅。他自己改造放映机，制造照相机，开始自主制作电影。其代表作《愉快的百面相》（1906年）被认定为世界上第一部真正的动画作品。虽然在现在看来，《愉快的百面相》就只是在黑板上作画，边拍边修改最后成形，但在当时却是第一部真正的逐格拍摄的完全动画。而后，有越来越多的艺术家开始涉及动画领域。日本在1917年完成了首部动画作品，中国也于1928年摄制了第一部动画片《大闹画室》。

但是，制作动画毕竟是费钱而且费时的。如果我们现在所看的这些动画都是一张张手绘原画再合成制作的话，那么动画师不是先累死就是制作公司先倒闭了。所以在这个时期里，赛璐珞动画被发明出来了。这使得制作动画在人力和财力上的压力得到减小，同时分层绘画的技术也流传至今。



动画的发展——迪士尼时代的到来

若要说谁是推动动画发展的最大功臣，那么答案不会是中国的万氏兄弟也不会是日本的手冢治虫，而是利用一只老鼠创造出一片天地的华特·迪士尼。

提到迪士尼，首先浮上脑海的都是米老鼠吧？这只圆耳朵穿短裤穿鞋子白手套的小老鼠，已经不仅仅是一个卡通人物，而成为了全世界人民都喜欢的吉祥物，更可以说是迪士尼公司的代表物。别看现在迪士尼公司如此庞大，已经不仅仅是间动画制作公司，还包括娱乐节目制作、主题公园和玩具、图书制作，等等，其创始人华特·迪士尼的创业史却也是十分艰辛的。

华特·迪士尼于1922年开始接触制作动画，早期与伙伴曾制作了《灰姑娘》和《杰克与豆树》等6部著名童话动画。可惜，因为经营和用人不善，导致公司破产。1923年，他只身前往好莱坞与哥哥一起创建了迪士尼兄弟工作室，这就是迪士尼公司的前身。刚创业的前几年，迪士尼依旧处处碰壁。直到1928年，迪士尼带着米老鼠横空出世，才真正开始了他们的迪士尼时代。

1928年5年，《米老鼠系列影片》的第一部——《疯狂的飞机》出现，让观众对这只可爱的小老鼠产生了兴趣。1928年11月《威利号汽船》的上映，则标志着米老鼠形象的正式诞生。这部影片的另一个重大意义则是，它是世界的第一部有声动画片。《威利号汽船》这部片子，让迪士尼的米老

鼠驶向了星光大道同时，迪士尼更因此走出美国走向世界，迎来了迪士尼时代。

在接下来的很长时间里，迪士尼的影片几乎成了全球动画的抢手货。即使到了现在，迪士尼出品的动画依旧都是质量上乘的好物。迪士尼将有声电影技术和彩色胶片技术与动画制作结合起来的行为大大地推动了动画的发展，他在之后推出了首部长篇作品《白雪公主》也为其他国家的动画家提供了很好的典范，可以说其在动画制作上的功绩的确是非常大的。



↑可以说《米老鼠》的出动，带火了迪士尼。因此它也成为了迪士尼的吉祥物。



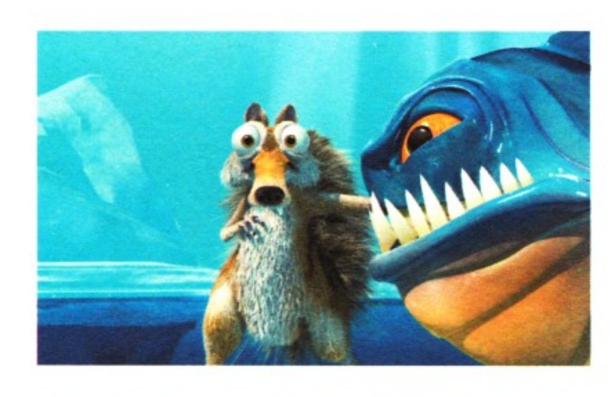
动画的繁荣——大动画时代开始了

《海贼王》里因为哥尔·D·罗杰的一句“想要我的财宝吗？想要就去找吧，我把它们都藏在那里了。”而开启了大航海时代，而现在可以说是正处于大动画时代吧。

第二次世界大战给各国带来创伤，自然也对影视界、动画界造成了巨大的损失。但是，第二次世界大战期间爆发的第三次科技革命，又为动画制作提供了很大的技术支持。电子计算机的发展为很多领域的发展都注入了新的血液，同时也冲击着很多旧手艺。真正意义上的赛璐珞动画就是在这个时期落幕，取而代之的是二维电脑绘画的盛兴。电脑和网络的流行，为制作动画节省了很多时间和人才，当然金钱也由此松了一口气。这使得动画公司有更多的精力和财力可以制作更多的作品。

在第三次科技革命的支持下，各国的动画都得到了飞速的发展。日本诞生了手冢治虫、押井守、宫崎峻等知名监督，中国的上海美术电影制作片也制作出了很多经典的作品。1995 年，皮克斯动画工厂(现为迪士尼的子公司之一)的动画电影《玩具总动员》问世，标志着动画行业进入了新的一个领域。《玩具总动员》是第一部全电脑制作的三维动画电影，以此为开端，三维动画电影和动画中的 CG 影像逐渐走进人们的视野，并迅速站稳了脚根。此后，欧美地区的动画电影逐渐以三维动画为主，如《冰河世纪》系列、《怪物史瑞克》系列等。以前的日本动画虽然以赛璐珞动画为主，但复杂而有趣的故事情节和或华丽或惊艳的人物设计也为世人津津乐道着。

当然，虽说现在是进入了大动画时代，但毕竟也还是处于发展之中。未来，它又将有怎样的走向，这也是很让人期待的事情。


↑《冰河世纪》纯粹利用电脑 CG 作画，如今已出到第四季，是一部很受欢迎的动画电影。

简述

走进动画

日本动画是一个非常庞大的系统，它包含非常复杂的内容。概念、历史、分类、制作、产业链条等，大多数动画迷都是一部作品一部作品去欣赏，对日本动画并没有一个系统的认识。接下来，我们会由浅入深地带领大家，系统地认识日本动画。

现在的很多孩子没有经历过一些事情，比如地方台黄金时间播放的日本和美国的动画，比如中央六台每天中午和晚上播放的优秀国产动画片。他们开始认识到动画这个东西的时候，我国为了保护国产动画的发展，对地方电视台黄金时间播出的动画进行了整顿，《逮捕令》《美少女战士》《宠物小精灵》《忍者乱太郎》这些动画再也没有出现的电视节目上。取而代之的是《喜XX与灰OO》，清一色的。又因为一些老的国产动画或多或少主题也有些尖锐，因此现在的电视台们也很少去播放这些动画。于是在如今的很多青少年的眼中，中国动画变得非常的不堪，平日里长辈们所说的“动画片儿”也就成为了他们非常不愿意去提的词汇。这源自于日本动画的魅力对如今一代青年的影响。

现在的日本动画资源是绝对丰富的，每一年的四个播放季一月、四月、七月和十月，每一季都会有三四十部的新番动画。虽然并不是每一个人都能把所有的新番都看一遍，但是开播不久，就会有那么几部大热作品突出重围，如今，随着日本新番动画的播放权逐渐被我国的各大视频网站引进，每一季的大热动画都能在网络上引起很大的话题性，包括很多不看动画的人也因此知道了许多动画的名字。比如2013年的四月新番《进击的巨人》和7月新番《FREE！》。

在宅领域很多人都会有一些自我喜好，他们对自身喜欢的作品进行再定义，但这些定义大部分都并非官方认证。一千个读者就会有一千种哈姆雷特，很多人对动画的理解仍然停留在很初级的阶段。在小时候，我们会看一些动画，长大了我们仍在看，那么在一些未涉及相关领域的人们眼中，我们的行为似乎是毫无长进。

20年前，一群放学回家的小学生，窝在沙发上观看电视台上播放的《数码宝贝》《足球小将》《宠物小精灵》等国语配音的动画。而20年之后，我们在网络上等待直播或者转播的《魔法少女小圆》《PSYCHO-PASS》《攻壳机动队》《死亡代理人》等动画，同样是动画，不用说十一二岁的小孩子，三十岁甚至更大年龄的人都未必能看得懂这些故事之中隐藏的含义。

日本的动画是有明显分级制度的，幼时看到的作品，和成人后看的作品的外观包装，内容内涵都是不同的两个领域。

另外，将少年向作品武断地分类成“给小孩儿看的东西”也是不对的。对一部动画进行定位，除了从内容或者它给人的感觉出发之外，还要从它的原作的类型，它的播出时间，它的主要受众群体等多个角度考虑。

另外，还有很多人有一个误区。那就是对日本动画的盲目崇拜。因为日本动画确实带给我们太多太多的感触，因此很多人因此完全否认国产动画，其实这也是不对的。实际上，从日本动画诞生一直到20世纪的70年代，与中国动画之间的差距并不大。反而是我们的很多水墨风格、剪纸风格的动画在艺术价值上略胜一筹。日本动画真正的腾飞是从机战动画开始的，以此为起点，进入80年代之后，日本动画才有了一个非常迅速的发展速度。

上面提到的两个问题，在本章节的《具有特色

的日本动画》和《日本动画的类型》上都会有非常详尽的讲解。

另外随着《魔法少女小圆》《物语系列》等颇具动画创作者个人风的动画的问世，日本动画界的导演和剧本家也开始受到了更加广泛的关注。然而现在的很多动画迷们都有对动画监督盲目崇拜的这一误区。实际上，决定一部动画质量的，是原画师的数量和动画的制作工期。但是，不否认动画的主心骨，仍然是动画的监督（也就是导演）和剧本制作团队，原画师的工作更接近让作品变得有血有肉，前两者则是动画的灵魂。够优秀的动画监督、剧本团队所创作的分镜、剧情、对白，能够给原画师们充分的时间。而我们经常提到的动画监督其实就是负责对于动画整体上的把握，他负责制作好的动画的最后审核，如果有不如意的地方，会提出修改的意见。现在很多名气大的监督，比如富野由悠季、庵野秀明、新房昭之基本都会将动画的制作工作分给自己的得力下属（也可以说成是徒弟），然后自己负责最后的审核工作。而且不同的动画公司因为所属的财团、东家的不同，也会有着完全不同的制作风格。这一点，我们会在《动画的制作》这一部分详细地讲解动画的制作流程、动画的制作人员、以及动画公司和声优。

这两年，我国的视频网站开始正版引进日本新番动画，我国的动画宅们也总算是能够有一个看动画的正规渠道了。虽然很多人表示舍不得弹幕网站和字幕组论坛，但这里要公正的说一声，尊重版权这一行为是评价一个民族是否优秀的标致之一。况且，既然我们如此热爱动画，那就更加不应该以盗版的途径来收看。不过，现在我们所看的大部分动画都是在日本电视台上播出的，也就是我们所谓的TV 动画。


↑京都动画是 2000 年之后在业内表现最为强势的动画公司，没有之一。它们几乎每一部作品都是领跑舆论的大作。


↑《银魂》几乎可以说是少年动画当中最受青年欢迎的动画了。我国坊间流传一句话“用一生节操换《银魂》永不完结。”。



↑《进击的巨人》是 2013 年最火的动画，它的每一个元素都具有相当大的话题性。

具有特色的日本动画

日本动画作为整个世界动画的一部分，特点最为鲜明，风格最为独特，它独一无二无人能够模仿。虽然没有美式动画那般精致，但是足够艺术，能让大家真心爱上。



概述

我国每年都会定期引进皮克斯、梦工厂、迪士尼的3D动画电影。一到他们的热映时节，你去电影院之后就会发现除了这些动画之外，你基本就没有别的值得一看。这时候你身边的小伙伴就会向你提议：“我们去看这个，好不好嘛。还是3D的呢。”听闻之后你不屑一顾，“我早就已经过了看动画片的年龄段了。”但是你终究执拗不过你的小伙伴，你屈服了。你花了当年看《阿凡达》的价钱买了一张《玩具总动员3》的电影票。进放映厅之后你拿到3D眼镜顿感无比坑爹，3D的3D动画，如此搭配真是前所未闻。于是，你带上了眼镜，满心怀疑地看了起来。两个小时之后，放映厅的灯亮了，你久久没有摘下3D眼镜，因为你此时的眼中正饱含热泪，你不好意思让你的小伙伴知道，那段胡迪和巴斯等人手拉着手准备一同跌进熔炉的桥段已经感动得你泪流满面。你这时才知道，原来一部“假人”出演的动画片也能如此地感人至深。

这就是动画的魅力。他用纯真的视角把世界观简单化，然后用纯真的感情感动你。美国的动画注重画面的细致以及人物动作的卡通性，主题明确单一，情感表达比较直接，能用最简单的手段打动你。这一点，是其他国家的动画学不来的。这是只有美国才有的风格。

然而这种风格也并不能讨好所有观众，如今的年轻群体，就把美式的动画看作是“给小孩儿看的，没有内涵的动画”。我们这里姑且不论这种观点的正确与否。能导致他们产生这种想法的原因，无疑是因为日本动画对他们有着很深的影响。在这里就要有疑问了：日本动画和美式动画的差别真的就那么大吗？这种差别形成的原因是国情决定的，还是东西方文化差异决定的呢？到底哪一个才是更加优秀的动画呢？接下来，我们就带着这些疑问，一同进入主题——日本动画吧。

人们眼中的日本动画

什么是日本动画？突然提出这个问题可能很多人都会一时语塞，回答不上来。那就换一个问法：你喜欢日本动画的什么？这样问题就简单了许多，不过问题简单并不等于答案单一。人们喜欢日本动画的理由有很多。比如画风，很多人认为日本动漫的画风是它们与欧美动画的最大区别。介于文化差异，亚洲人的绘画之中，俊男靓女更偏柔和，与欧美人的审美相比较。不论是日本、中国、韩国还是印度，我们更加喜欢的是那些看起来阴柔一些，或者说苗条一些的人物。这也是为什么日本动画在我国会非常的受欢迎的原因。

总而言之，欧美的动画风格和日本的动画最大的区别在于人物的比例，亚洲人与欧洲人的审美在理念上有着天差地别的不同，这也造就了日本动画理所应当的会受到我国国民喜爱的原因。

近年来，随着日本动画在我国普及度越来越

高。最初被孩子们奉为经典的民工漫也逐渐开始被说成是“没思想”“故事线路单一”的“给小孩看的作品”。然后随着2006年《凉宫春日的忧郁》和《叛逆的鲁鲁修》的火爆，深夜档动画开始大面积地进入我们的视听，这些动画的故事和画面更加青年化。时不时出现的出人意料的展开也成为了吸引年轻人的重要元素。也就是说，深夜档动画就是抓住了时下的孩子们那颗“渴望改变”“渴望成长“的叛逆之心，大肆放宽动画故事尺度，敢于去触及一些“看似不可能出现在动画片里面的内容”。年轻人在看日本的深夜档动画时，会得到别的媒体完全无法给予自己的收看快感。如此一来，日本动画就通过自己的深夜动画，在世界上建立了它如今的形象和地位。

然而很多人不知道的是，日本动画如今的形象和状态并不是一朝一夕便成形的。我们现在口中那永恒的经典《机动战士高达0079》《宇宙战舰大和号》《飞跃巅峰》《攻壳机动队》还有《EVA》也并非仅仅只是那些动画大师们 灵光一现的产物。从战前的萌芽状态，到战后的模仿迪士尼起家，再到第一部长篇动画作品《白蛇传》问世，直至第一部TV动画《铁臂阿童木》登上荧幕，日本动画的行进之路并不平坦。无论是我们眼中的不朽经典，还是我们正在享受的优秀新番，都融合着这近一个世纪的日本动画人的智慧的结晶、拼搏的汗水。

日本动画本身，依然是属于动画的范畴。虽然它看似与世界其他国家的动画都不一样，但是在制作过程中，它所采用的方法并没有过多的独创，它们仅仅是根据现实情况，对制作过程中的一些环节做一些微调。动画的故事性也都带有动画创作者的个人色彩。因此很难用一句话去定义日本动画到底是什么样子的。不过即使这样，日本动画也并非是一个神秘的存在，它的品质是建立在着八九十年的积淀之上的。想要进一步了解日本动画，就一定要知道日本动画的历史。在下面的一节中，我们就将带你回到20世纪初，一起回顾日本动画的发展过程。



↑说到日本动画的代表作，那一定不能忘记这部被广大御宅族奉为经典的《EVA》。



↑《CODE GEASS 叛逆的鲁鲁修》

Chapter 02

日本动画的历史

战前的萌芽状态

动画这个东西并非日本发明，但是日本人对于动画的爱的确比大部分国家的人要深。在如今这个提到日本就想到动画的年代，我们真的很难去想象没有了动画的日本究竟会是个什么形象——在我们的脑海里，动画早就已经与日本这个国家划上了一个等号。而要想知道日本还没有动画的时候是一个什么样子的国家，那我们就要回到遥远的 20 世纪初了。

把时间轴拉回到 1917 年吧。这时正值日本的大正年间，对大正年间的日本没有什么实感的人，可以去参考动画《大正野球娘》。这个时候的日本已经渡过了明治维新的阵痛期，正处于“你西方有啥我们就学啥”的一种极度崇洋媚外的状态之中。这个时期流入日本的东西有很多，比如第二次工业革命的科技成果，比如他们现在的国球棒球，比如他们女初中生的标志性服装水手服，再比如他们现在引以为傲的亚文化国粹——动画。

起初动画在日本的流通形式非常具有现在我们天朝的特色，他们的一些先进人士把当时西洋的动画带入日本国内，在一些比较高雅的场合公开。那个时候，为了让日本人能够更好地理解和接受，他们给这些动画起了一个颇具和风的名字：《凸坊新画帖》。之后无论哪部动画进来，都会以《凸坊新画帖第 X 卷》的名字播放，因此到现在我们还是不知道当初引进的动画到底是什么内容、创作者是谁。可以肯定的是，那个时候的引进动画的确在日本的一部分人当中有所影响，并且吸引了一部分人。

看过动画《夏之岚》的同学们一定记得片中弥生和加奈子的幕间对话。“喂，弥生，你看过那个活动写真吗？”这个所谓的“活动写真”指的就是电影。在 1910 年的时候，日本就已经出现了电影公司和电影明星，那个时候一位叫尾上松之助男优迷倒了日本的少女大妈甚至还有男性。尾上被称为是日本首位影视明星。明星都是人捧的，既然明星已经出现，就说明此时的日本已经具有了发展影视的条件。



↑这就是尾上松之助。

正巧此时动画传入日本，日本人自然不会甘心总是看西洋人玩弄卡通，他们开始考虑去做日本自己的动画。这个“他们”包含三个人：下川凹天、幸内纯一还有北山清太郎。他们于 1916 年开始准备制作动画，并于 1917 年分别制作完成一部动画。下川的叫《芋川掠三玄关番之卷》，幸内的叫《塙凹内名刀之卷》，北山的叫《猿蟹合战》。这三部作品，被后世看成是日本动画的开山之作。他们三位也自然就被封为日本动画的开山鼻祖。之后他们又相继创作出了很多短篇的动画作品。



↑《猿蟹之战》的故事非常简单，就是讲这两个小动物之间的战斗而已。

了解历史的人都知道，那个时候的日本政府是有野心的。他们所作的一切都是为了二十年之后的那场腥风血雨所准备的。在 1921 年，日本文

化省颁布了电影和动画的推荐标准。政府开始大力地扶持那些具有教育意义和政治煽动力的作品。这时候处于萌芽发展期的日本动画对政府扶持资金的渴求是很强烈的。所以这一时期的许多动画作品都是政府部门的宣传、教育动画。从题材上来说，时代性足够，但是艺术性略显不足。不过不可否认的是，在政府的支持下，日本动画萌芽期是处于顺境之下的。

在教育片领域中比较有声誉的是一名叫山本早苗的动画人，他创立了山本漫画制作所，并且苦心经营，期间经历很多的困难。这个小小的工作室在1956年转让出去，成为了大名鼎鼎的东映动画。

山本早苗有一个从小玩到大的好基友，名叫村田安司。他也自己创立了动画制作公司，并向山本早苗请教过动画制作技法。不过山本早苗出于商业竞争，并没有把具体的方法告诉给村田。也因此，村田开创了日本剪纸动画的先河，并在政府的支持下，产出了大量的作品。

1923年，关东大地震导致动画的工作室和相关器材毁于一旦。日本动画进入了长达10年的停滞期。但就是在这个整体停滞的时期，日本动画界诞生出第一位巨匠级人物，政冈宪三。

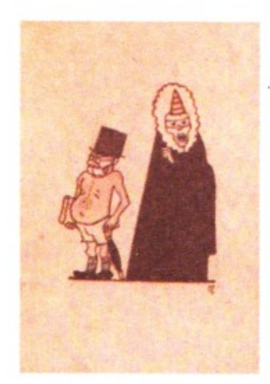
他采用了人物和背景分别绘制的赛璐珞制法接连创作出很多高质量的动画，并且这些动画在画面上要远比其他动画优秀。1932年，政冈宪三在京都设立了政冈电影制作所，制作出了日本历史上第一部有声动画《力量与女人的社会》。这部作品大胆地采取赛璐珞的制法，取得了意想不到的效果。

1939年，二战爆发。日本动画的发展进入第二次停滞时期。不过战中政冈宪三并没有停止制作动画。他不顾国家所处的战争环境，依然凭借着自己的喜好制作着动画。其中甚至还包括了一些祈求和平的作品。

总结整个战前的日本动画发展，可以用一个“乱”字形容。动画人的动画制作手段极其丰富，动画制作流程各有不同，加上政府的影响，时代



北山清太郎
（原名・善次郎 1888~1945）
他在1913年时使用纸张与墨水画出了最早的试画品．西元1917年制作了《猿蟹合战》，《猫与鼠》以及《恶作剧的邮筒》(Itazura Post)。北山因为将字幕加在无声电影上，而取得了商机，在1921年成立了自己的动画工作室。此类型的活动由于1923年大地震的打击之下，不得不中断，而逐渐落寞了，无关职业动画家的制作方法，身为特多产量作家的北山，因为非常喜爱古典式童话，在一年里就制作了六部动画。



↑这是下川凹天的动画作品，颇具欧美漫画风格。

环境的影响，甚至还包括天灾。战前的这20年里，动画刚刚出发便走了停、停了走。因此，“战前的日本动画”这种古老的历史即使悉数挖出来，也不会给大家带来什么实感。因为这个时期简直离我们太过遥远，况且一些作品到现在也仅仅是有部分的海报资料而已。很多作品保存的做完好的部分仅仅是它们的名字。日本动画真正开始向前走，向着艺术层面走，还应该是从二战之后开始的。

战后复兴到电视动画

1945年9月——太平洋战争结束之后仅仅一个月，以山本早苗、村田安司、政冈宪三为中心的近百位动画制作人被召集一堂，创立起了新日本动画社。

之所以能如此迅速地把动画人集结起来，与当时的时代背景是分不开的。当时以美国为中心的占领军总司令部（GHQ）为了让自己的政策能够快速地推广，自然会想到利用动画这个便利的传媒方式。于是，美国就想到了让迪士尼在其中充分地发挥作用。因此，在GHQ的命令之下，全国的动画人自然地都被动员起来。不过由于此时的大环境过于混乱，每个动画人又是各有抱负。所以新日本动画社人心涣散，在几乎没有什么正规的活动的情况下，新日本动画社就于1947年解散了。

之后，新日本动画分出来的动画人们几经辗转，成立了在日本动画史上至关重要的动画公司：东映动画。这一时期，无疑是迪士尼热潮正盛的时期。“纵然无法达到迪士尼的高度，那至少也要成为东洋的迪士尼”——这是东映的战略。了解真实情况的人很清楚，在初期东映动画是根本不可能跟迪士尼一决胜负的。不单单是因为迪士尼的强大，单从市场规模和预算的角度来考虑，东映动画也差的非常远。

东映动画最大的功绩，就是将美国的动画制作系统引进了日本。他们采用了制作步骤分配明确的分业式的系统。公司创立第二年，社长薮下泰司就远渡美国，从迪士尼开始，依次参观学习美国的动画工作室。然后在东京练马区的大泉，建设了一个供暖设施完备的白色墙壁的工作室，成为了当时坊间热议的话题，媒体称之为“梦工场”。

东映的第一个成就就应该是《白蛇传》了。《白蛇传》是日本第一部长篇彩色动画电影，于1958年9月完成，公映于10月。原作是中国的民间传说，由薮下泰司担任剧本和监督。由经验丰富的森康二和大工原章等人带着一票新人制作，以其美丽流畅的画面，给观众们留下了相当大的冲击力。



↑《白蛇传》的艺术成就非常的高，激励了一代人。而这部居然取材于我国的民间传说，壮哉我中华民族。

《白蛇传》之后上映了很多次，也有很多人看过它之后燃起了对动画的热情，它绝对是日本动画界的里程碑。当时正在高考的宫崎骏抱着“反正是日本动画，肯定没什么了不起吧。”的心情去看，结果被作品的品质完全地震撼了。

然而这时的宫崎骏还只是一介书生——这还不是属于他的时代。这个时候，在日本的动漫界诞生了一位史诗级的巨匠，他奠定了日本动画的基础，是让日本动画成为日本国粹的最主要功臣。他的名字就叫手冢治虫。

二战结束之后，手冢治虫燃起了对制作动画的欲望，来到东京寻找可以雇用自己的动画公司。但是，当时受GHQ指示创立的日本动画基本什么都没有做就黄了。一时之间，在东京根本就没有动画公司，因此手冢也没有找到工作。于是，手冢决定了利用漫画的收入自主制作动画，一时间沉浸于漫画的创作之中。然后接连创作了数部大热的作品。

1952 年，作品《阿童木大使》在光文社的杂志《少年》上连载，第二年，以这部里面的配角阿童木为主角的漫画《铁臂阿童木》也开始了连载。1953 年，他搬入了那栋著名的“常盘庄”公寓，名副其实地成为了漫画界的第一人。1954 年，他的收入已经高居日本漫画家的首位。

东映动画的第三部长篇《西游记》就是以手冢治虫的漫画《我就是孙悟空》为基础改变的。为此，在开始阶段，东映动画也请来手冢协力制作。这对本来就非常渴望去制作动画的手冢来说，简直就是千载难逢的机会。他立刻就同意了。

受东映动画的委托，手冢负责《西游记》的原案和构成，在大泉学园的一个工作室里办公。一直都是自己一个人工作的手冢还是第一次做着有日程表、有员工协助、还需要不断交流的工作，他或多或少地有些违和感。

一开始，他并不能理解在印刷物上静止的图像与在动画里面影像之间画法的差别。东映动画那种把高潮放在故事的后半部分的风格也与手冢把剧情亮点分散开来的风格相冲突。

但是，手冢在动画制作上的基础是在东映打的。薮下泰司、白川大作也参与了演出，让手冢充分体会到了集团作业的难度。自己的一些想法也正逐渐地被瓦解。在感受到了集团作业的力量的同时，他也深深地感受到了团体对个性的抹杀。

于是，作为动画制作者的手冢治虫就此诞生。《西游记》于 1961 年在威尼斯国际儿童电影展上获得了特别奖。

在《西游记》公开播放之前，久里洋二、真锅博、柳原良平开办了动画三人会。在发表会的时候也邀请到了手冢治虫，不过这个时候手冢开始做动画这件事还属于秘密。盛气凌人的久里洋二在会上嘲笑手冢说“我期待着你自己作品哦”，不过这时候手冢却在心里嘲笑着久里洋二“这句话应该我对你说。”。这种充分体现了手冢不服输的性格的小故事也成为了流传千里的佳话。

在东映动画学习到了动画制作的基础知识之后，便开始准备独立制作动画。1961 年，他在东



山本早苗
（原名・善次郎 1898~1981）
千叶县出身。一边学习日本画的同时，一边在北山映画制作所里打工学习制作动画。北山在关东大地震之后，离开关东去了关西，他便从北山映画制作所里独立出来，成立了山本漫画制作所并于同年制作了《姥拾山》。1958 年，他负责制作了日本第一部长篇彩色动画《白蛇传》，1960 年制作了《西游记》。1968 年，他因为在教育动画制作方面的贡献而受封勋五等瑞宝章。



↑从白蛇传的海报上，就能看出《白蛇传》一定是一部集大成的经典之作。



村田安司 (1896~1966)
出身于横滨市。他从小喜欢绘画而立志成为画家。初中毕业之后，他在电影院上班，从事绘画宣传图的工作。1927 年，他制作出的第一部动画是《猿蟹合战》，之后又做出了第二部高人气的《蛸之骨》，而这两部的原案和脚本是青地忠三。青地几乎负责了村田作品的所有脚本。村田的动画制作是以剪纸手法为主的，而他的剪纸技术可与机器制作相比拼，因此被称为剪纸名手。另外，以前制作动画是人工摄影的，村田则利用马达工作，使得工作效率大幅度上升。村田于 1937 年独立，离开横浜电影商会。在这家公司里，他创作了三十多部动画。村田漫画研究所成立后，正好赶上战争而没有出现任何作品。战后 1945 年，他加入了日本漫画电影公司，自己的公司则破产。村田也因为生病而引退。



政冈宪三 (1898~1988)
出生于大阪市，但在淡路岛长大。老家是经营不动产公司的，因此家庭还算富裕。1922 年，他先在京都学习绘画，而后又来到东京学习西方绘画。1927 年，在家里的资助下，他自主制作了儿童电影《贝之宫殿》。1931 年，他在日活太秦里制作了第一部动画《难船物语猿之岛》。1933 年，他接到松竹的委托，制作了第一部有声动画《力与世间女子》。1934 年，他使用了贵重的赛璐珞创作了《茶釜音头》。虽然这个行为使得日本动画的技术得到发展，但因为经费不足而导致公司破产了。1941 年松竹开始制作动画，招募政冈入社。1943 年，他制作出了《蜘蛛和郁金香》这部完全看不出是在太平洋战争时期创作的作品，现在仍被人称为名作。战后 1946 年，他又创造了描绘东京春天的作品《樱花》，但因为太没普通了而没有公开。1947 年，讲述一只孤儿小猫的作品《弃猫小多拉》后来也成了名作。1949 年，政冈因为家庭和经济两边的问题而从动画界里引退，转到儿童杂志上画插画和漫画。政冈自主制作的《人鱼公主》虽然从没见过天日，但他对促进动画技术发展的功绩是非常大的。

京练马区的富士见台买下了数百坪的土地，建起了一座半工半住的小楼，并且还购入了制作动画所需要的摄影设备。

成立初期的主要成员有从东映动画过来的制作人坂本雄作，还有从御伽 PRO 过来的山本暎一。一开始，包括他们二位，还有两位新人，加上手冢，一共才有五名员工。不久，同属东映的坂本在东京艺术大学的后辈绀野修司追随着坂本加入进来。于是，手冢治虫工作室的动画部就正是成立了。

与漫画部不同的是，这些人的身份并不是助手，他们是作为独立的工作人员个体来待遇的。不过，在那个时候，还完全没有动画的收入，大家的工资都是来源于手冢的漫画稿费。

工作室决定，第一部作品是《街角物语》。手冢认为，作为第一部作品，它承载着为工作室定位的重任，一定要具有很高的艺术性。这是一部以街边的海报和林荫树为主角的映像诗。如果电影公司不给作配给的话，就自主租影院来进行公映——手冢已经做出了这样的决定。

一年之后，也就是 1962 年，《街角物语》制作完成，上线公映。这一年，公司的名字由“手冢 Production”改成了“虫 Production”。虫 Production 的蒸蒸日上，直接导致了东映动画的人才流失。在 1961 年东映的员工还结成了要求涨薪以及改善工作环境的工会组织，与公司方进行了激烈的对峙，这导致东映几乎失去了年番动画的播放位置。

比如说坂本雄作，作为东映动画公开招募的一期生进入公司，后来就是因为受不了东映强硬严格的管理制度而转投手冢门下。东映动画虽然是手握《白蛇传》(1958 年)《少年猿飞佐助》(1959 年)《西游记》(1960 年) 等长篇的业内霸主，但是每个制作人都仅仅是庞大整体中的一颗螺丝钉，这多多少少有些埋没人才。这也可以说是，整体照搬迪士尼系统带来的负面影响。

手冢治虫在打出品牌之后，第一个想到的，就是制作 TV 动画。

1953 年电视节目开始播出，第二年，力道山

和木村组对 Sharpe 兄弟的比赛在街头 TV 放映，拥有超高的人气。当时的日本还处于贫苦之中，经济正在缓慢复兴，在 1958 年，电视、洗衣机和冰箱成为了日本家庭的三大件。

但是，考虑到制作费和制作周期，TV 动画的制作就几乎举步维艰。

东映动画，在制作一部一个半小时的长篇动画的时候，要二三百名员工，制作周期长达一年半之久。预算也要达到6000多万日元。以这个方法，要制作 30 分钟的节目的话，一集就需要 100 人制作 6 个月，预算要 3000 万。按照当时平均 50 万到 60 万的电视节目预算来看，这简直就是天方夜谭。

虫 Production 就在这种情况下决定了制作《铁臂阿童木》的 TV 动画。当时一集的制作费（给电视台的播放金）就要 55 万。毫无疑问，这是一个必将带来巨大赤字的行为。

手冢买下了版权，用自己的漫画的收入来填经费的坑。正是这个决断，使得手冢成为了 TV 动画的先驱者。手冢对于实现梦想的执念，以及动画人们对理想的热情追求和巨大牺牲，让 TV 动画这件不可能办到的事情变成了可能。在动画形式的选择上，虫 Production 选择了有限动画。

有限动画是一种限制人物动作的一种表现手法。也就是说，要尽量让画面不要动。因此，同一个画面要用三格，一秒钟 24 格就缩减到了 8 格。即使这样，也还是有点多，时不时还要利用“静止”。一旦如此，画面就会滞涩许多，作品的魅力就会降低。为了节约预算、赶上播出日期，就经常有一些比较粗制滥造的动画流通起来。

用一般的视角来看，挑战制作 TV 动画绝对是无谋的。即使是电视节目出现十年之后，也未必能成功。但是，手冢治虫认为这并不是一个难以突破的障碍。即使是动作贫乏的有限动画，也一定能通过提供给观众新的魅力来吸引他们收看。但是，这个新的魅力应该是什么呢？他考虑出的答案是“有趣并且复杂的故事”。他清楚地认识到美国的有限动画故事情节过于单纯、没有深度。然后，在日本，就诞生出一部既有趣又有着深沉复杂的故事的长篇动画。

这就是手冢治虫的漫画作品《铁臂阿童木》。在原著的基础上，有着庞大的故事线路。并且手冢的作品还有很多，如果能一次构筑起一个廉价的动画制作系统的话，那么属于虫 Production 的宝藏可就太多了。

这就是重视世界观和故事情节的日本动画的原点。所谓动画的世界观，就是根据动画剧情本身具有的印象，动画监督赋予动画的原理原则。根据这个世界观，来决定主角的服装、走路的姿态，说话的方式还有台词等等。

但是，《铁臂阿童木》毕竟是 TV 动画的第一次尝试，并不是一帆风顺的。随着制作的进行，制作进程越来越慢，其中的原因就是需要等手冢的原画而耽误了时间。作为一个当红漫画家，无论从哪个角度来讲及时交原画都是不太可能的。

当时，TV 动画的制作还处于摸着石头过河的状态。如果要是像做剧场版一样的模式来弄的话一定会赶不上放映时间，但是这时候谁也不知道到底应该怎么样才能提高制片的效率。计划终止的危机无数次上演。与音响，录音等外包部门的摩擦也逐渐剧烈频繁，外部的人也无法理解虫 Production 的人的理想抱负。所以一切都显得非常无奈。

就在截止日期不断追赶的制作过程中，有限动画的手法被逐渐地确立起来。大致如下：

· 最初定为一话 2000 张原画，但是还要比这个更少。

· 即使是要刻意追求动作流畅的场景，也不要用低于三格摄影。

· 比如抬头这种不需要多余动作的图就用一张原画带过。

· 过车这种场景，用一张图卷轴式表现。

· 走路的时候，背景用滑动的方式。

· 胳膊和腿都有动作的时候，手脚的动作要分开。

· 说话的嘴型只有张嘴、闭嘴、半张三种。

· 要保留过去的原画，并分好类，以便以后继续使用。

· 剪辑太稀疏的话会暴露有限动画的缺点，所以要加多剪辑的次数。

为了积攒格数而采用人物特写定格的技巧，这来自于默剧的活用。手冢的家里有一个法国的放映机，所以他从小就能在自己家里看动画。这个放映机是手动式的，字幕直接嵌入到胶片上，所以在操作放映机的时候就能有一段时间是在停止的状态下看字幕。

然后在看《菲力猫》的时候，不仅仅是字幕处，就连人物特写的部分也会停下来。这就像是歌舞伎中的亮相一样，手冢十分清楚在特写的时候画面静止的意义。

这种克服有限动画缺点的手法之后在日本经过了千锤百炼。在画面静止的情况下加入摄影技术，这种手法不断进化，甚至都出现了物极必反的症状。比如《口袋妖怪》第38话引发的“3D龙事件”。

日本动画在重视“世界观”和“故事”的同时，有限动画技术也给日本的动画带来了巨大的影响。使得 Live Action 这种模拟现实动作的技术在日本几乎没有发展，赋予人物自由的动作也就成为了日本动画的个性。

这个时候的虫 production 不断地有人才加入，其中就有后来监督了《机动战士高达》的富野喜幸（富野由悠季），另外，从东映动画移籍过来的林重行被升职为原画担当。这位当时有着“林太郎”这一昵称的动画人在之后监督了一个动画巨作《银河铁道999》。

《铁臂阿童木》的成功，触动了当时日本的众多电视台和动画工作室，他们也都学习着虫 production 的成功经验，纷纷加入到了 TV 动画的制作当中。

TCJ（Television Corporation of Japan）也就是日本 Television 创立于1952年，期间经历了电视显示器的进口风波，一度只靠商业广告赚钱。在1963年设立了 EIKEN 工作室，开始进军 TV 动画界。

在《仙人部落》之后，1963年的10月20日，EIKEN 的另一部动画《铁人28号》也在富士电视台开始播放。《铁人28号》是大型机器人动漫作品的始祖。它的“自己无法移动，需要驾驶员去操控”的这种设定，也被之后的机器人作品所传承。故事中的机器人铁人28号是一个没有自我意识的兵器，无论敌我都可以操纵他。这一设定与凭借自己我意识行动的阿童木有着非常明显的差别。

在《铁人28号》开始播放仅仅一个月之后的1963年十一月七日，《8MAN》在 TBS 上开始播放。《8MAN》的剧情模式是单元剧，在孩子们中间有着很高的人气。在动画当中，大部分的地方使用了有限动画专用的省略画法，不过只有人物的下半身保持了一个比较高速的画面移动，宛如子弹飞行一般。另外，与《铁人28号》那种惩恶扬善式的单纯故事相比，《8MAN》的故事具有更多的大人色彩。

就如大家所见，日本的 TV 动画的前三部作品都是 SF 类型的故事。所以，在 TV 动画的发展初期，SF 作家参加脚本的编写成为了当时的一大特征。又随着制作数量的增加，甚至还出现了一个脚本作家分别负责两个互相竞争的动画的情况，之后 TCJ 改名为 EIKEN，于1969年开始播放，现在依然连载着的不朽的长篇动画《海螺小姐》就是由他们制作的。

继虫 production 和 TCJ 之后，东映动画的 TV 动画《狼少年健》也在1963年的十一月二十五日开始播放。电视台是 NET。也就是现在的朝日电视台。

在 TCJ 和东映动画追随着虫 production 搞着 TV 动画的时候，手冢治虫已经开始在酝酿一个新的企划了——彩色 TV 动画。

作为试水的先行者，在1964年一月二十五日放映的《铁臂阿童木》系列的《地球防卫队之卷》就以彩色的形式进入到了大家的视野中。然后，这段动画的收视率就达到了令人吃惊的40.3%，这是 TV 动画第一突破40%的收视率大关。

然后在1964年的秋天，《森林大帝》将被彩色动画化的决定公布于世。这部作品是在《漫画少年》上连载的长篇动画，是一个以非洲为舞台

的十分宏大的作品。赞助商是三洋电器，他们把贩卖彩色电视的希望也都寄托在了这部动画上。

《森林大帝》这部动画不仅仅是一部彩色的TV动画，而且还是第一部在制作企划的阶段就开始考虑到对美国的出口的动画。利用《铁臂阿童木》开辟出来的出口线路，研究着美国具体国情，手冢治虫逐渐抓住了向美国出口动画要领。具体内容如下：

- **不体现人种的差别。**
- **不出现攻击动物的场景。**
- **人类之间的暴力也要尽少的描写。**
- **不要有露出女性裸体的性表现。**
- **不要拉长剧情，一集一个剧情。**



手冢治虫 (1928~1989)
日本漫画家、动画制作人、医学博士。原名手冢治，因喜爱昆虫，所以把他的原名"治"改成日文中发音很像的步行虫的日文名称，汉字写作"治虫"。以后手冢治虫就成为了他的笔名。同时，他以医学家身分的名义仍使用原名手冢治。他也是日本第一位导入助手制度与企业化经营的漫画家。1961年成立"手冢治虫 Production 动画部"，翌年以"虫制作公司"的名义开始活动，日本第一部多集TV动画铁臂阿童木、第一部彩色多集TV动画森林大帝均诞生于此。

名家辈出的成熟期

在以手冢治虫为主的动画人摸索出了一个良好的TV动画运营模式之后，日本动画也基本上可以说是结束了探索期，开始向着多题材化，多风格化的方向发展。也就是说，更像是现在的日本动画的动画诞生了。其标志就是1974年《宇宙战舰大和号》的播映。

《宇宙战舰大和号》在日本动画史上的地位相当之高，被称为开创了日本动画新纪元的作品。因为它头一次把主要的观众群由儿童转向高中生和大学生。就是这部作品，奠定了人们对日本动画"不是给小孩子"看的基础认知。也正因为这部作品在国内外受到的广泛好评，日本的动画人开始有了前所未有的信心，他们找到了一条新的道路。这条路不与美国重复，它有着日本自己的特色。

随后在1979年，《机动战士高达》和《银河铁道999》相继问世。这两部作品与《宇宙战舰大和号》一起并称为日本动画历史上的三大科幻经典。这三部作品，掀起了一股银河机战的风潮，一时间日本动画界诞生了众多跟风作品。

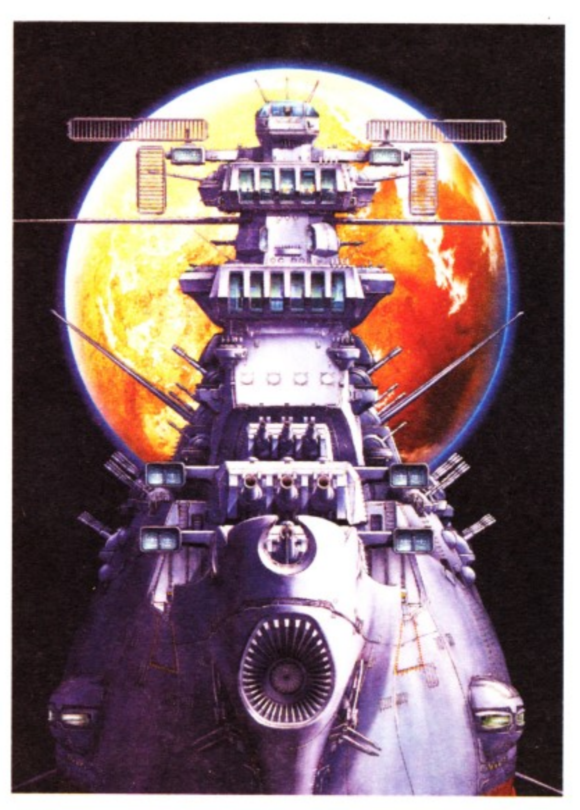
到了1984年，两位动画大师凭借着两部作品相继名扬世界，他们是宫崎骏和押井守。宫崎骏的《风之谷》一经上映，便成为了街谈巷议的



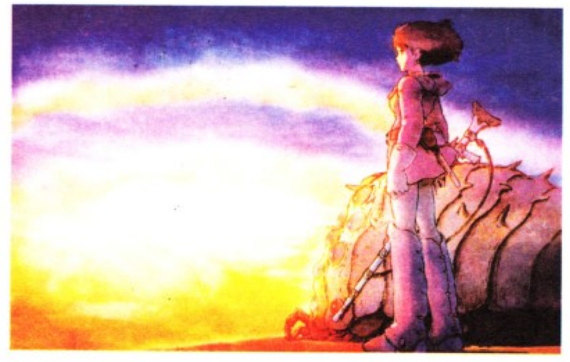
↑《铁人28号》是操纵型机器人动画的始祖，设定上的开创性为后来的动画人提供了很多思路。



↑《森林大帝》是第一部彩色TV动画，并且是在制作企划阶段就为了进口给美国的一部作品。



↑《宇宙战舰大和号》在那个时代成为了许多高中生、大学生的心灵寄托。



↑《风之谷》给人们提出了一个在当时全新问题——关于人如何跟世界共存的问题。

主角。它卖座的因素有很多：探讨人与世界共存的故事主题，超人气女主角娜乌西卡，还有宫崎骏独有的清新细致的画风。每一点都成为了《风之谷》难以替代的优点。而押井守的成功，更大程度上是因为他独特的个人风格，不过从一开始人们对他的评价就一直存在两种极端。喜欢他的人欣赏他的个人风格，讨厌他的人受不了他的"原作粉粹机"的行为。不过无论怎么看，押井守的成功和对日本动画的贡献都是不可被掩盖的。宫崎骏的动画之路相比押井守来说要平坦很多，在《风之谷》上映的第二年，他便成立了吉卜力动画工作室，开始剧场版动画的创作。之后出品了一个又一个名垂动画史的经典作品，使他已经成为了全世界家喻户晓的动画监督。至今，他依然被看成是日本动画的代表人物，没有之一。

在 1980 年代末，一些不受老派日本动画模式束缚的新兴势力开始涌现。他们采用了独特的选材、独特的技术，也纷纷制作出了日本动画史上的经典作品。比如大友克洋的《AKIRA》和 GAINAX 的《王立宇宙军之奥内米斯之翼》。

进入 20 世纪 90 年代之后，OVA 动画兴起。而 OVA 动画的领头人，就是之前说过的那位颇受争议的押井守。这一时期，随着日本动画的播放手段的丰富，动画的题材也开始丰富起来。幼儿向、少女向、少年向、青年向，针对不同年龄层的作品都有所增加。人们看动画时的选择性也大大提高。

1995 年，《EVA》在日本各大电视台播出，日本动画由此再次进入一个全新的时期。至今《EVA》的新剧场版依然在陆续的公映，每一次公映都会在全世界掀起一股《EVA》的热潮。这部作品的监督庵野秀明也因此成为了业内公认的怪才。

进入 21 世纪之后，深夜档因其播放费用便宜、审查标准宽松等原因博得了很多动画公司的欢迎。从 2002 年之后，日本动画渐渐形成了分季新番的播放模式。每年的 1、4、7、

10月份成为了动画新作集中播出的时间点。《AIR》《凉宫春日的忧郁》《叛逆的鲁鲁修》（第一季）就是这些深夜动画中的代表。它们因为播出时间的关系，受到了更多青年、中年的关注。

纵观日本TV动画的发展历史，足够给人以毁灭三观式的感触。他们一开始也面临着外国动画的冲击，他们一开始也没有一个足够强大的国力，他们一开始也严重地缺少制作资金，就在这样的情况下，日本动画邯郸学步一般地迈出了自己的第一步。之所以没有被无情的现实扼杀在摇篮中，是因为有那么一代以薮下泰司、山口康男、手冢治虫、宫崎骏为主的对动画有着深切的热爱，心中有着雄伟的动画梦想的人们，不计后果的奋斗和付出。这很令人感动。

庵野秀明 (1960~)
庵野秀明，男，Khara 董事长、日本著名动画监督、实拍电影监督、企业家、剧本作家。1960 年 5 月 22 日出生于山口县宇部市，毕业于山口县立宇部高等学校、大阪艺术大学艺术学部映像计划学科。代表作为《EVA》、《不思议之海的娜迪娅》等。妻子是著名漫画家安野梦洋子。在宫崎骏的新作《起风了》中还当起了声优，因此饱受质疑。



↑这四位少男少女，这三个机体，成为了我们依然懵懂时候的不灭回忆。几年之后，我们看到了原版的《EVA》从此爱上了这部动画，把它奉为神作。时至今日，我们依然会关注有关它的任何消息。这就是大爱。因此能不能看懂《Q》真的有那么重要吗？

日本动画的类型

在日本，动画并不仅仅是小孩子看的娱乐形式。大家对于动画的喜爱是全民性质的。因此，动画也分很多种类、很多题材，让有着不同的年龄、不同的爱好的人也都能喜欢上它。



按受众划分类型

儿童动画

动画这个东西在全世界大部分的地区都被认定是小孩子看的，单单在日本，动画却成为了一个全民性质的影视作品。在上一章节的历史部分我们已经讲到，日本动画之所以有现在这种独具一格的风格，是因为他们在制作动画的过程中不断地遇到问题、不断地解决问题，最终才形成了这样的一种思路。你非要把动画界定成为卡通性质，利用奇幻性卡通性作为卖点，来吸引小孩子观看的话，美国就是你头上永远无法翻越的大山。经济基础摆在那里，任你折腾出花来也不见得能够得到美国的边边角角。因此日本的动画人逐渐在动画中加入了故事性、内涵性，使动画的受众变广，让动画也能够成为动画制作者传递思想，传递自我意识的一种途径。如此一来，动画的受众年龄层就越扩越大。如今，我们每一季度追看的动画基本上都是深夜档动画，面向的年龄层主要以高中生、大学生为主，属于青年向动画。不过动画的初衷就是给小孩子看的，因此即使现在的主流动画都是青年向为主，但是面向小孩子的儿童动画依然有着相当大的规模，并且依然是现在日本的小孩子们的主要娱乐。

近年来，有些动画公司却有着非常坏的心眼，他们把一些分级制度较高的动画包上了低龄向人设的外壳，在市面上销售。使得喜欢动画的一些朋友错过了这些动画。

最初，魔法少女这一系统的全部动画，都是面向低领女孩的作品。直到《美少女战士》出现之后，才有更多年龄大一些的女孩也涉入其中。这些被“变身少女”吸引的不仅仅是对剧中为数不多的帅气男性、华丽艳美的服装着迷的女性，还有对“少女”本身充满了兴趣的青春期男孩们。当然，这只是在最初的十几年里。

《魔卡少女樱》在我国上映之后，她没有过度夸张露骨的变身，也没有那些足以刺激男性荷尔蒙的女性角色，因为这部动画原本就是女性向作品，但仍然吸引了无数的男性观众，其最主要原因就是“幻想”和“少女”。实际上现在男孩子很容易满足，不需要卖肉卖萌，只要这个角色真的萌，真的有魅力，那么单纯的观众就会买账。

喜欢儿童动画的成年人越来越多，个中缘由其实并不难猜。现在的成年人心智成熟都较晚，他们在工作和生活的压力之余不想再为剧中的男女关系、或者角色的生死未卜纠结，那么剧情单纯，有可爱少女和帅气少年的动画便足够吸引他们的注意。尤其是当现在动画公司将儿童动画做的不再那么“幼稚”，更多人的喜欢儿童动画也是情有可原的。

从定义上来讲，**儿童动画就是在企划阶段就把动画的观众群体定位在小学生以下（以年龄段划分）的动画作品。**他们的主要目的就是弘扬真

善美，让孩子们有一个健康向上的心态。通常，这些作品的周边玩具也同样都是面向小孩子的。不过这个“小孩子”也是比较笼统的称谓。再进一步细分的话，还可以分成是婴幼儿、小男孩和小女孩。也就是说，儿童动画又分为三类，并且它们之间的差别还比较明显。

首先是婴幼儿向动画，这类动画主要面向群体是 0-2 岁的小宝宝。动画内容简单，主要以光影画面和柔和的音乐为主。主要作用就是逗小宝宝们在电视面前“哈哈哈”地拍手笑。代表作品有《丢丢飞～丢丢飞～！》（日文原名：《いないいないばあっ!》）。然后面向再大一点的 2-6 岁的学前小孩，动画开始强调角色，这种动画的主角基本以动物为主。大家小时候都看过的《猫和老鼠》就是这类动画的代表，还有现在风靡我国的《喜羊羊与灰太狼》，都可以定义成婴幼儿动画。比较有代表性的日本动画比如《豆沙馅儿面包超人出发吧！》。

当然，这种动画是十分幼稚的。小孩子到了一定的年龄就渐渐不再喜欢了。这时候他们就会去看一些故事性更强、更加有内涵的动画。也就是面向 8 岁左右的小孩的动画。像是我们所知道的日本动画的经典之作《铁臂阿童木》《哆啦 A 梦》《忍者乱太郎》都是属于这种类型的动画。而这类动画，也正是普遍非动画宅所认为的动画的形态。

这个年纪的小男孩，喜欢幻想，对科幻有着很深的热爱。所以《铁臂阿童木》和《哆啦 A 梦》会成为他们的最爱。这个年纪的小女孩，每个人都认为自己会成为童话里面的公主，穿漂亮衣服，要啥有啥，因此喜好的不同导致他们所喜欢的动画也有所区别。——男性向和女性向的动画区分，从这个年龄就开始了。

受小女孩欢迎的动画代表就是《美少女战士》，华丽的变身，帅气的夜礼服假面，可爱的台词都是吸引她们的元素。当然了，一个作品，不同的人去看，所得到的观感也是不同的。《美少女战士》所影响的也并非只有小女孩。——至少在它引进



↑东映动画凭借着这部《光之美少女》每年都会从日本的小朋友那里捞走好几亿的票子。



↑《忍者乱太郎》不仅仅受日本的小孩子喜欢，它作为一部正版引进到中国的日本动画，也同样受到很多中国小朋友的欢迎。

到我国的时候，它就已经成为了一个全民性质的动画。直到现在，已经长大的汉子们也很难解释清楚当初喜欢《美少女战士》的原因到底是因为



↑《美少女战士》是中国 1990 年左右出生的小孩子童年的必看动画之一。

什么。由于性别的原因，他们不能说“自己当初喜欢《美少女战士》是因为自己想要成为美少女战士”；他们也不能说“喜欢美少女战士的原因是因为喜欢夜礼服假面”，这样会显得非常怪；他们也许会说“其实我一直憧憬着四大天王里面的佐伊赛特，我希望成为像他一样的美男子”；或许当初的《美少女战士》的作用就是在那个时代很多小男孩的心中埋下了一个种子，当他们十几年之后看到一部名叫《魔法少女奈叶》的动画的时候，这颗沉寂多年的种子就突然地发芽结果。

少年动画

一个孩子的成长是循序渐进的，当他渐渐觉得《忍者乱太郎》《哆啦 A 梦》这样的动画有些幼稚的时候，就表明他的心智进一步地走向了成熟。这个时候，他们就会喜欢一些主题更加深刻、剧情更加刺激的作品。这类的作品统称为少年向作品。

这里先给出定义：**少年动画，就是那些在企划阶段把观众群体设定为小学高年级到高中的男孩子的动画作品。**这类作品数量极其庞大，题材也非常广泛，被公认为是日本动画的王道。作品来源以漫画改编为主。也就是说，少年动画是依托于少年漫画的，因此少年动画的定义可以简单一点，就是说，只要是少年漫画改编的动画就一定是少年动画。这种类型的动画作品无论是什么

The Golden Age
JAPAN
NATIONAL
TEAM

→《足球小子》让很多小孩子喜欢上了足球，现在一看，这些人的身材好可怕啊。

题材，都一定会有热血的元素。

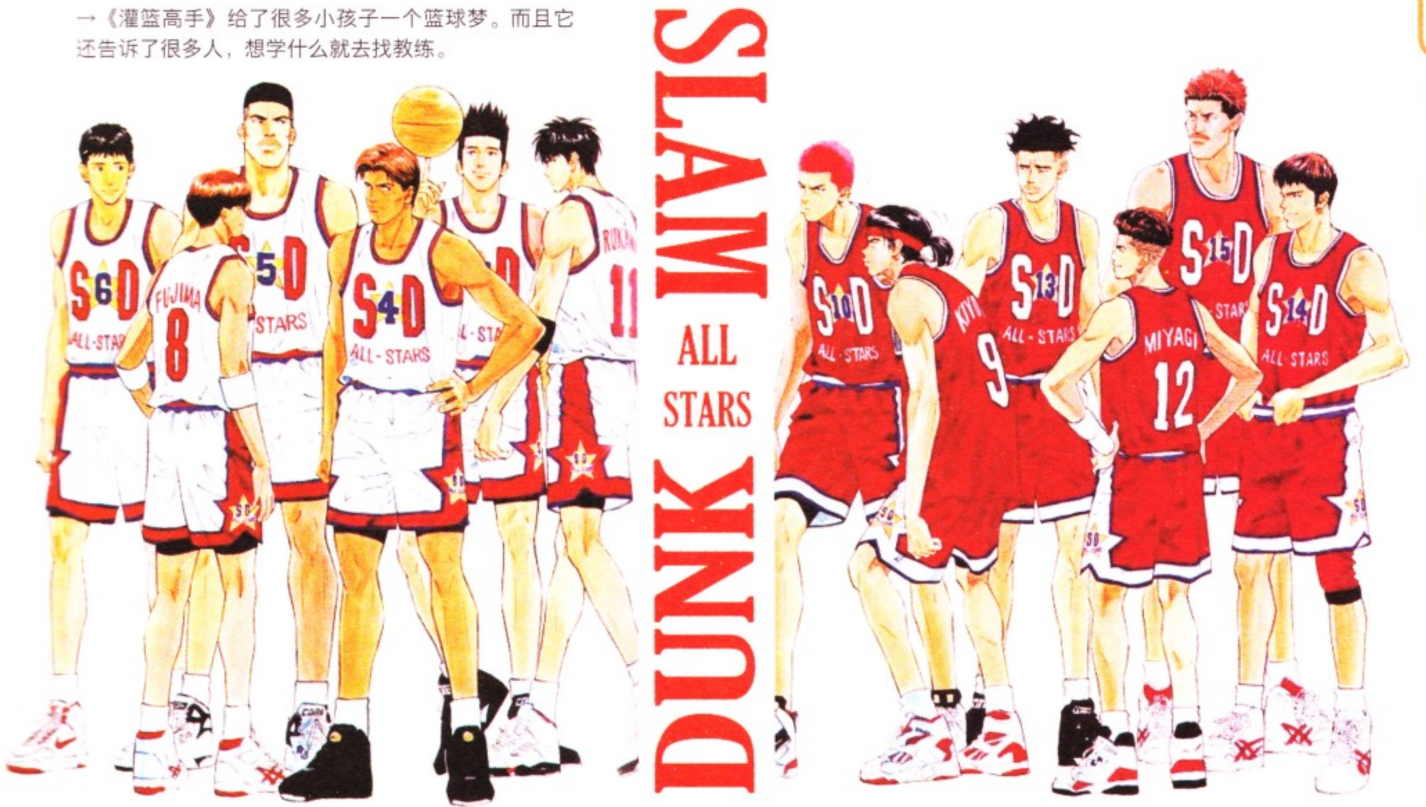
男孩子们到了 12 岁左右的时候身体开始发育，他们开始变声，他们会明显地感觉到自己的力气正逐渐增大。身体上的发育渐渐地反作用到心理上，他们变得自我、叛逆，他们开始关注女孩子，少年动画就在这个时候进入了他们的视听。

少年动画是儿童动画与青年动画之间的一个过渡，它与这两个类型并没有明确的界线。就比如在我们小的时候，电视里面放着《忍者乱太郎》，我们傻兮兮地看。然后换了个频道，正播着《灌篮高手》，我们也一样会乐呵呵地看。再换个频道，是《逮捕令》，我们还是会兴致勃勃地看。无论我们当时能不能从一场篮球比赛中看出励志看出热血，无论我们当时能不能发现夏实和美幸之间的感情不仅仅是友情，无论我们能够理解这些动画多少，可以肯定的是，这些动画带给了我们无法取代的乐趣。

严格意义上的少年动画，完全可以用少年漫画的定义去定义。无论题材是格斗还是运动，它的故事都会有一个王道的主线：不断出现的敌人，不断成长的主角，不断强大的敌人，不断强大的主角。其过程，充满友情、努力和汗水。动画里面的主角个个梦想明确，善良勇敢。在经典的作品中，少年动画格斗题材的代表是《龙珠》和《圣斗士星矢》；那个时候，孩子们都充满野性，喜欢在户外跑来跑去。互相之间言语不和就大打出手，打哭为止。他们嘴里把“龟派气功”和“天马流星拳”喊得震天响，不求有朝一日自己也能练就如此神功，但求此时此刻喊着台词的自己也能像悟空和星矢一样帅气。后来，他们厌倦了打打杀杀地生活，开始意识到要把自己的强大用在正确的地方，于是他们开始崇拜大空翼和流川枫。

在我国引进的众多动画片当中，《足球小将》和《灌篮高手》绝对是运动题材的代表。逐渐长大的孩子们开始意识到打来打去永远都无法吸引女孩子的目光，想要让女生注意到自己，还需要掌握一个球类运动。因此曾经在街巷间奔跑追打的熊孩子们一夜之间长大成人，他们求家长为自己买了一个价值八块八的革皮足球，整日与足球为伴；还有一些个子比较高大、力量比较足的孩

→《灌篮高手》给了很多小孩子一个篮球梦。而且它还告诉了很多人，想学什么就去找教练。



子，直接转行篮球，天天在公园里的篮球架下面练习投篮，打铁的声音时断时续。这些孩子，几年之后成长为学校里面人气爆棚的运动少年。

少年动画的主要作用正应了2012年伦敦奥运会的口号：激励一代人。无论哪个年代，无论哪个国家，基本每个正在离开童年的少年都会迷上少年动画，而少年动画的优秀也保持的一如既往。现在的孩子不再喊“天马流星拳”了，“龟派气功”也渐渐地失去了它原有的影响力；但是他们依然有着一颗成为“主角”的梦想，他们在课桌上画着木叶的标志，他们值日的时候拿着扫帚低吟一句“卍解”，他们在《火影忍者》中感受到了友情的珍贵和努力的作用，他们在《海贼王》里学会了做什么事情都要拿出自信。少年动画最珍贵的地方就在于它足够的热血，它能激发出少年们奋斗的欲望。也正因为这一点，少年动画的观众群体不仅仅局限于少年。曾经追看动画的少年正逐渐地长大，他们或许渐渐明白了现实是残酷的，并非每一次的努力都能有所回报，并非身边的每一个人都能像少年动画中主角身边的伙伴一样可靠。但是，少年动画曾经带给我们的拼劲和动力是我们永远都忘不掉的。现在的孩子们在很多年以后，也同样会走上工作岗位，面临着社会中的各种无情现实，当他们碰壁碰的灰头土脸的时候，脑海中或许也会浮现出自己少年时候的血气方刚。少年动画，仅仅是动画而已，归根到底也只是为人们提供娱乐的一个载体而已，然而我们确确实实地被它激励过。既热血，又励志，足够浪漫，足够单纯，这就是少年动画。

少女动画

骨子里面的战斗欲望让男孩子们在合适的年龄爱上了少年动画。不过少年动画虽然是日本动画的王道题材，但你也不能因此让所有的孩子都必须看它们。至少，你不能去勉强一个女孩子去喜欢少年动画。在小男孩纷纷放弃机器猫选择流川枫的时候，女孩子们早就已经过了那个痴迷《哆啦A梦》的年龄了。生理课本告诉我们，女孩子平均要比男孩子早两年进入青春期，先一步成长的她们开始逐渐认为同龄的男孩子简直就是小屁孩。我们在很多有小学校园描写的日本动画中都能看到一个场景：放学大扫除，女孩子们老老实实地干活，男孩子用扫帚和拖把当武器打来打去。然后女班长嘟着小嘴发着牢骚：“真是的！男孩子就知道闹。”——这是一个展现出男孩子和女孩子差异的经典桥段。性征的差异同样反作用到了兴趣的选择，男孩子喜欢的打打杀杀并不能合女孩子的胃口。这是既定的事实，你们要相信，大部分女孩子是不喜欢少年动画的，喜欢少年动画的女性不是女汉子就是腐女。这个时候，她们选择了一条完全不同于男孩子的道路——看少女动画。

少女动画，就是做给少女看的动画。题材上不如少年动画那般多样，多以爱情故事为主。主角是女生，多设定为平凡的女生。并且一定会接二连三地遇到帅气的王子型角色。因此，少女动画对于它们的观众来说，主要能提供两个杀必死（就是福利的意思）：第一是代入感。第二是满足她们喜欢帅哥的心理。下面，我们就来详细地谈谈少女动画。

少女动画改编自少女漫画，现在业内公认的首部作品是1966年的《魔法使莎莉》。播出之后就在女孩子之间有了很大的反响。一部作品能不能叫好叫座，很大程度上都取决于制作者对观众心理的把握。一部动画让观众觉得有趣，观众就会选择追看；让观众对角色产生带入感，观众就会喜欢上这部作品。少女动画就是凭借“代入感”这一把利刃，才在动画之中打杀出一片天下的。不过，它们普遍给人的感觉是：这种代入感并没有像少年漫画那般产生出积极的影响。

少女漫画和少年漫画是日本漫画的两大王道题材。它们从很久以前就形成了自己的模式，无论作品如何选材，如何进行设定，在大方向上也无法脱离基本的套路。——因为刊载它们的杂志的风格是固定的，每一家杂志都有自己的传统。

固定的模式，是一个王道题材立足的根本，

但是少女向作品与少年向作品有着一个非常大的差异点。少年漫画的题材主要分为格斗和运动两种，在格斗和运动之内，还有很多可以选择的地方——至少运动题材就会包括各种各样的运动项目。然而少女向作品基本全是爱情这一个题材，时间一长无疑会让人产生审美疲劳。这时，就需要有一些剑走偏锋的作品出现。

所谓的剑走偏锋，就是为少女向作品之中加入一些除了爱情之外的元素，或者利用新奇的设定来博得观众的眼球。这之中成功的代表作品有离开校园、讲述大人之间的爱情的《NANA》；将励志的比重抬高到与爱情同一水平线上的《交响情人梦》与《蜂蜜与四叶草》；引入宅文化的《会长是女仆大人》；强化女主角人格魅力的《樱兰高校公关部》；利用新奇的角色设定来吸引观众的《恋爱情结》；强调动画本身品质的《邻座的怪同学》；加入了战斗元素的《图书馆战争》还有加入少年漫画风格的《花牌情缘》。这些故事构架不同于传统少女动画的作品，一经播出便受到了各个群体的好评，反倒成为了当今少女动画的代表。以一般的角度来看，传统的少女动画似乎很难再有什么新的突破，但就在大家都这么认为的时候，《好想告诉你》闪亮当场，为所有的传统少女动画正了一次名。

《好想告诉你》的故事线路非常老套，从大方向来看丝毫没有什么新奇之处，角色之间的恋爱进展十分缓慢，被很多人戏称为《好想急死你》。但就是这样的一个看似很普通的作品，却成为了万千少女（甚至是少男）心中的经典。《好想告诉你》一举成为校园恋爱的代表，成为了很多人感叹青涩校园时光的媒介。其最大的成功就是塑造了一个不完美的完美男主角——风早翔太。风早翔太是少女动画史上最接地气的男主角，没有之一。他出生在普通人家，没有逆天的学习能力，没有傲人的武功，也不会插花剑道骑马弹钢琴；他会嫉妒，喜欢上爽子时他会变得自私；偶尔会闹点小脾气；一笑起来。他身上这种“普通”的特质给予了女性观众无数的可能性，在《好想告



↑《蜂蜜与四叶草》是一部别致的少女动画，它不会开创什么先河，因为它独一无二。



↑《花牌情缘》是一部少有的励志向少女动画，比起少女向的爱情，它的故事更加热血。

诉你》热播的那段时间里，风早翔太成为了万千少女心中的理想男友。总之，《好想告诉你》的高人气告诉了我们，少女动画也并非一定要剑走偏锋，秉承着传统的故事线路也一样能成为经典之作，重要的，还是原作者的才华和动画的品质。

当然了，耽美向的作品也同样是少女动画的一部分，这是不可被分割出去的。

青年动画

青年动画很不好分类，因为它的题材、内容、形式实在是太广了。大体上来看，我们现在每一个季度的新番动画基本上都属于青年动画的范畴。之前我们已经介绍过了儿童动画、少年动画、少女动画，按照这些动画的定义来定义青年动画的话，就是：**在企划阶段面向高中生、大学生以上的青年的动画**。然而这么说又显得不够明确，到底什么程度算是面向青年，什么程度又是少年呢？有很多看似是儿童向的动画其实属于青年动画的范畴，比如《今日的五年二班》，比如《草莓棉花糖》，再比如《南家三姐妹》；也有很多看似是少年向的动画是属于青年动画范畴的，比如《学园默示录》，比如《一骑当千》，再比如《进击的巨人》；还有很多看似是少女向的动画其实也属于青年动画，比如《夏雪密会》，比如《琴浦小姐》，再比如《海月姬》。



↑还记得那些年《一骑当千》中的女孩子被打破的那些衣服吗？

说来说去，到底应该怎么去界定青年向动画呢？我们不妨说的通俗一点吧。你在家里看一部动画，**这个时候你的家长很好奇地问你："看的什么呀？我也要看一会"，如果你能非常淡定地接受邀请，和你的爸爸妈妈一同来看这部动画，那么这部动画一定不是青年动画。反之，就是。**在中国的宅文化中有一个老词儿：杀必死。它的出处是《新世纪福音战士》，谐音于日语发音的"service"，特指动画中的略带情色的场景，因为这类场景比较能够勾引出观众的性欲，因此有服务性质。"杀必死"也就这么流传开来。借用一下这个词，就能得出青年动画的定义：**有杀必死的动画，就是青年动画。**

我们也要有一种共识，那就是青年动画是不适合小孩子看的。至少在家长们的眼中，青年动画是绝对不适合小孩子看的。这一点还真不仅限于中国，在日本也依然如此。日本的一般家庭对于小孩子的管制是比较严格的，每个家庭都有所谓的最晚放学回家时间（也就是所说的门限）。比如在《有你的小镇》中，即使女主角枝叶柚希已经上了大学，她的爸爸依然会给她定下门限。有所谓的门限，自然也就会有每日的固定作息时间。正值小学或者初中的孩子们一定要按时睡觉按时起床。所以呢，要想不让孩子们在电视上看到青年动画的话，只需要让青年动画在他们睡着了之后播出就好了。于是，就有了深夜动画这个概念。

深夜动画，顾名思义，就是在半夜播出的动画。这个时段的电视节目有以下几个特点：第一，内容管制较松，可以播放的题材多；第二，播放委托费很便宜；第三，观众年龄层偏大。这三点成为了青年动画发展的温床。史料上记载，日本的第一部深夜档动画是 1963 年在富士电视台上播出的《仙人部落》，在这之后也有过几部在深夜播出的动画，但始终无法带动起潮流，不成气候。此后，因为考虑到收视率和影响力等原因，动画的制作方基本都不会去考虑在深夜播出自己的动画。毕竟这个时候录像设备还不够普及，人们也根本没有大半夜看动画的习惯——没有人收看，自然就不会有深夜动画。

一直到 20 世纪 90 年代，独立局在深夜档的节目中重播了经典动画《机动战士高达》。这一

举动在动画宅当中引起了很大的反响，部分动画宅开始选择在深夜观看动画。之后，像是 MBS、静冈等电视台纷纷在深夜重播经典动画，取得了不错的收视成绩。这一阵重播风潮被视为深夜动画的铺垫。

1995 年 10 月 4 日，一部叫做《EVA》的动画登陆东京电视台黄金时段。这部动画融合了机战、校园、恋爱、黑暗以及杀必死等诸多元素，在这之后的十余年中，整个日本动画界都一直受着它的影响。这部动画的监督庵野秀明也借此成为了很多动画宅心中的大神。不过在《EVA》首播的那段时间，它的收视率并没有那么高。因为《EVA》的风格显然不适合在黄金时段播出，无论是小孩子还是家长们都无法理解《EVA》的故事以及世界观。他的主角碇真嗣代表的是当时高中以上的青年一代。碇真嗣的迷茫、懦弱、对认可的渴望在当时的青年群体之中形成了同步率非常高的共鸣。配以两位性格迥异的女主角，加上残酷血腥的战斗场面，《EVA》在青年群体当中迅速走红。1997 年，《EVA》在深夜档重播，掀起了真正的《EVA》热潮，同时也带动了深夜档节目的风潮，人们开始习惯在深夜看动画。

1999 年，《EVA》被中国正版引进，译名为《新世纪天鹰战士》，在中国的各大电视台上广泛播出。虽然引进之后的版本重新配了音并且删减了一部分情节，但保留下来的初号机一次次暴走的战斗场景加上意识流的分镜依然在当时从小学到高中再到刚刚工作的年轻人群体造成了非同凡响的影响。《EVA》让青年动画这个概念逐渐地深入人心，动画内容中涉及到的大量的宗教、哲学知识也吸引了很多人的研究。

2002 年，日本的各大民营电视台几乎同时大幅增加了深夜档动画的数量。新番动画这一概念逐渐产生，并且动画的主题普遍开始向着晦涩高深的方向发展（很多人认为这是《EVA》带来的影响）。

深夜动画发展至今，涉及题材已经相当广泛。原创作品持续缔造经典，改编作品的来源逐渐从

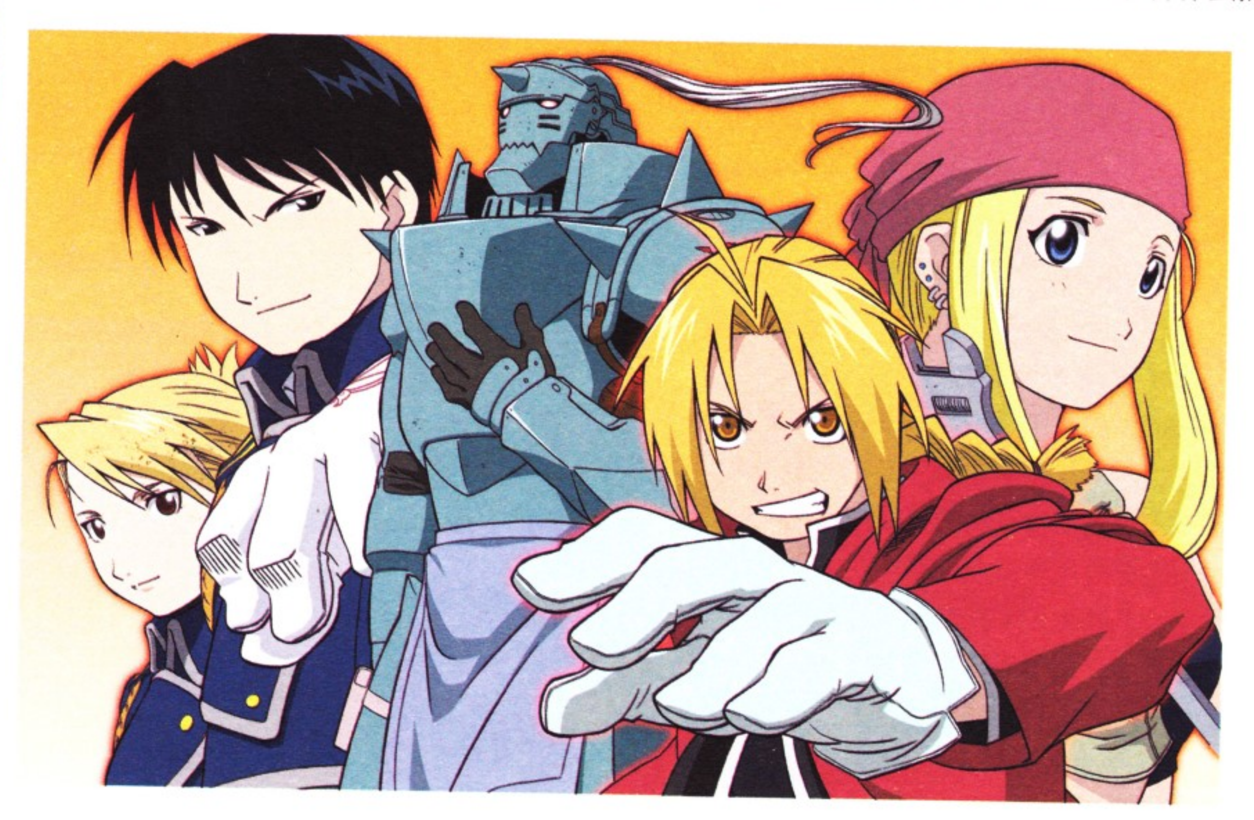


↑一定有非常多的绅士是因为看了《草莓棉花糖》之后才变成了萝莉控的。

以漫画为主发展为以轻小说、GALGAME 为主。不得不说，日本 ACG 之所以能有如此大的影响力，很大程度上都得归功于深夜动画。从深夜动画走向繁荣开始，青年动画主要以深夜动画的形式播放，然而也并非所有的青年动画都是以深夜动画的形式播放的，这个例外就是 MBS 的“土六“档动画。

所谓“土六“就是土曜日晚六点的意思，也就是周六晚六点。从 1993 年开始，MBS 就开始在这个时段播放儿童向的节目了，有的时候是动画有的时候是特赦片。2002 年 10 月，《高达 SEED》登陆土六档，在它播出的这一年里，土六档的收视率达到了前所未有的高峰，于是这个时间点被定义成为动画的黄金时间。一开始土六档的动画都为年番，故事风格大气磅礴，主题深刻，娱乐性较强，兼顾了品质和商业两方面。《高达 SEED》在人气上的霸主地位一直持续到 2006 年《凉宫春日的忧郁》播出为止。在《SEED》之后，土六又播出了《钢之炼金术师》和《SEED》的续作《高达 SEED DESTINY》，这两部作品也取得了不错的收视率，进一步奠定了土六黄金档的地位。不过这之后播出的《BLOOD+》却意外地遭遇到了收视滑铁卢，之后的土六也在没有重现过《SEED》和《钢炼》那个时候的影响力。2008 年 4 月，土六档将播出时间调整到了日五，并且播放了大人气深夜动画《叛逆的鲁鲁修》的续作《叛逆的鲁鲁修 R2》，虽然动画本身十分精彩饱受好评，但是因为观众群体不一样、动画提前被泄露等诸多原因，《鲁鲁修》第二季的收视几乎降到了土六日五档有史以来的最低点，甚至还不如深夜档的第一季高。——这个残酷的结果告诉了动画制作公司们一个道理，黄金档的观众群体与深夜档的观众群体完全不一样，并不是人气高的动画就能通吃任何一个时段。在这之后，日五档播出的新《钢炼》《战国 BASARA2》《闪亮的塔科特》《魔笛》《青之驱魔师》都是偏向少年动画风格的作品。

总结起来呢，青年动画的观众群体虽然不会



↑土六档的老《钢炼》是大家的一个关于梦想和人生的思考。

全都由青年组成，总会有那么一个两个孩子无意之中晚睡了一天，窥见了青年动画的一角，然后一入宅门深似海。但是大部分的孩子对青年动画是不那么感冒的。青年动画多在深夜播出，比起少年动画和少女动画那种兼顾了王道套路的风格来说，青年动画更加的随意，更加能体现出来动画制作者的个人才华。我们会突然地从某部动画当中得到感动，也会突然被某部动画的画面震撼，这个时候，我们特别想去跟别人分享自己的感触。然而环顾四周，夜已深人已静，没有人会老老实实地听我们诉说。然后，我们知道了这个世界只有自己最了解自己，我们知道了有些感触是只有自己才懂。一个孩子爱上青年动画的那一刻，他仿佛一夜之间长大，他学会了内敛，他开始学会适当的沉默和适度的顺从，他懂得了圆滑处事，他知道了世界上有些事情不是光讲讲道理就能讲得通的。儿童动画教会我们热爱，少年动画教会我们勇敢，而青年动画则让我们更加成熟。

成人动画

（观看本页内容时，请读者自律。还没到 18 岁的读者请自觉翻到下一页。）

成人动画，看名字就知道，就是小孩子绝对不能看的动画。给出定义的话，就是做给大人看的，片中带有性场面描写的动画。法律规定为 18 禁，即 18 岁以下的孩子禁止购买和观看。也被称为“色情动画”或者“18 禁动画”。

成人动画不属于我们之前介绍过的动画的范畴，因为它色情，它就不可能达到与其他种类动画相同的地位。就像你不能把 AV 看成影视艺术作品一样，成人动画也同样不能划入日本动画大家庭之中。至少，在我们现在所能买到的一切有关日本动画历史的书籍当中，都不会有一文一字关于成人动画的介绍。因此，在这一页的内容当中，你不会看到任何一部成人动画的名字，我们点到为止。

日本的成人动画诞生于 1984 年，以 OVA 的形式发售。OVA 也是成人动画流通的最主要形式。它们的制作公司并不祈求能靠着一部成人动画扬名立万，也并不幻想靠制作成人动画发家致富。成人动画就像是一个合法的街边小贩，零散进货，卖出一份是一份，挣一笔是一笔。因为总会有一部分人需要，所以市场客源虽然规模不大，但也算是比较稳定。

在成人动画的发展史上，也出现过像是梅津泰臣这种致力于优秀成人动画的大师。但终究作品有限、不成大气候。我们如今所能见到的成人动画，依然都是以色情场面作为自己的最大卖点。有些作品虽然故事还算有趣，但故事终归还是被性所压倒，我们看完之后记住的除了色情场面还是色情场面。

虽然成人动画出现要早于成人游戏，不过现在的大部分成人动画都是成人游戏改编而来的。不过有些成人游戏的品质倒是很说得过去，故事性比较强，所以我们也经常能看到成人游戏改编的深夜动画。有的时候，还会发生两方撞车的事情，一部游戏在改编成成人动画之后，又被动画化，登上了电视荧幕。最讽刺的是，TV 版的动画在作画上似乎还比成人版略逊一筹。

近几年，也有过一个成人动画以剧场版的形式上映的例子。不过它是一部百合成人动画，而且也并没有像 OVA 成人动画那样死命地强调性场面。因此也可以说是尺度稍微低了一点的成人剧场版动画。

面对成人动画，你很难去总结它对当年青少年有什么积极的影响，换句话说，它根本就没有什么积极的影响。成人动画的制作方多数还是想赚钱或者宣传原作游戏，而看成人动画的人也都很有自知之明——他们都是在夜深人静的时候悄悄地看。成人动画虽不至于被贬成什么“文化垃圾”，但它也绝对不适合未成年人观看，好孩子们还是远离成人动画为好。



按形式划分类型

原创动画

动画除了按受众群体分类之外，还有一种按照动画形式的分类方法。以此方法，可以将所有的动画作品分为两类：原创动画和改编动画。

原创动画主要有两种，一种是由电视台自主企划并委托动画公司制作的动画；另外一种是动画公司在不依靠漫画、小说、游戏等著作物的前提下，成立制作委员会制作的动画。在第二种之中，如果一部动画的脚本家有着明确的公司归属的话，那么也这部动画也被算成原创动画。举个例子，比如《魔法少女小圆》，剧本是虚渊玄写的，而虚渊玄在动画的制作过程中明确受雇于ANIPLEX，因此《魔法少女小圆》就属于原创作品。在这里要特别提一句，OVA动画的全称是Original Video Animation，也就是原创影像动画，不过这个“原创”与原创动画的“原创”是不一样的。

原创动画由于剧情上不受原著的限制，并且参与企划的人数较多，所以基本上都给人一种大气磅礴的感觉。细数历史上的大作，《机动战士高达》、《超时空要塞》《EVA》《少女革命》都是原创作品。从观众体验上来说，原创动画会给观众一种新鲜感——在设定上的新鲜感和在剧情上的未知性是原创动画的最大卖点。

不过从另一个角度来看，原创动画也面临着非常大的风险。没有原著的人气基础，动画做好做坏完全凭借动画公司的能力。一部原创动画的成功，包含非常多的方面：动画本身的质量，动画播出的时段，动画播出之前和播出之后的宣传，动画周边产品的贩卖。这几个环节一处都容不得马虎。动画业界的几个有名的公司如SUNRISE、BONES、和Production I.G都是原创动画的产出大户。其中SUNRISE的机战题材和Production I.G的SF题材都广受动画宅的认可，而BONES的原创动画大多都有着非常深刻的主题，并且十分晦涩，所以很多作品都是叫好不叫座，比如《交响诗篇》和《亡念之扎姆德》。

近几年来，随着动画成本的增加，原创动画的数量正在逐年减少，在《魔法少女小圆》大红大紫之前，能说得上是大作的原创动画也只有《叛逆的鲁鲁修》了。而在《小圆》之后，虚渊玄瞬间走红，围绕着他就连续出了两部原创动画作品：《心理测量者》和《翠星之加尔刚蒂亚》。



↑《心理测量者》的脚本由著名游戏脚本家、小说家虚渊玄负责。故事黑暗硬派，猎奇深刻，充满了他的个人风格。

由虚渊玄的成功案例，再结合过去的成功事例，我们可以得到这么一个结论：原创动画想要成功，就需要一位极其有才华的动画监督或者动画编剧，加上精明的宣传和营销。纵观整个动画大势，每一季度的新番基本会有百分之九十的动画都是改编动画，但无论在什么时候，那些为数不多的原创动画都能成为当季的焦点。

改编动画

除了原创动画之外的动画，就是改编动画。从目前改编动画的情况来看，它们的来源主要有三个：漫画、轻小说和游戏。

漫画改编动画具有很悠久的历史，因为日本动画的老一辈创始人基本都是漫画家出身。比如

手冢治虫。无论是第一部TV动画《铁臂阿童木》还是第一部彩色TV动画《森林大帝》都是由他自己的漫画改编而来。并且在早年手冢治虫工作室还不挣钱的时候，很多开销都是靠他的漫画收入补贴。在奠定日本动画地位的三大作当中，《银河铁道999》和《宇宙战舰大和号》均由漫画改编而来，所以称漫画是动画的爸爸应该也不过分。

轻小说改编动画的热潮开始于2005年的《灼眼的夏娜》。轻小说，虽然在故事上与漫画非常相似，但是由于小说本身的特性，使得轻小说的故事普遍比漫画更加注重细节上的刻画。并且小说这种载体非常强调心理和对话的描写，因此，当轻小说和漫画都已动画的形式呈现出来的时候，大家就会发现它们之间有着明显的不同。《灼眼的夏娜》第一季完结不久，它的制作公司J.C.STAFF就趁热打铁继续利用《灼眼的夏娜》积攒出的人气将《零之使魔》动画化，几乎同一时间，京阿尼的《凉宫春日的忧郁》也开始播出。——这三部作品，一举奠定了轻小说改编动画的地位，同时也将轻小说这个新兴的娱乐文学形式一举捧红。现在的轻小说能有如此大的关注度和影响力就是因为这三部作品的高人气。

游戏改编动画的热潮开始于2005年的《AIR》。虽然在此之前就已经有很多GALGAME或者RPG冒险游戏动画化，但是让观众们意识到“原来游戏改编动画也能做的这么还原，这么优秀”的，就是京阿尼的《AIR》了。以《AIR》为开端，京阿尼连续与KEY社合作了三部作品，每一部都是经典中的经典。不过，游戏改编动画有着双刃剑，那就是剧情和游戏线路之间的矛盾，这一点在GALGAME改编的动画中体现得特别明显。既要把游戏中的经典场景统统再现，又要保持一个动画主线剧情，这一个度非常难以把握。处理失败的例子有很多，代表就是《日在校园》，为了兼顾所有角色的故事线路，活生生地造就了动画史上的第一人渣伊藤诚。

改编动画作为现在新番动画的主力军，是日本ACG亚文化得以推广的绝对功臣。



↑虽然《银河铁道999》的播出年代已经有些久远，但是依然有相当多的人喜欢着这部动画。一部经典是可以伴人一生的。



↑《魔法少女小圆》是虚渊玄的动画处女作，其中第三话的“学姐断头事件”成为了动画宅之间永恒的话题。



按题材属性划分类型

后宫动画

后宫是什么意思呢？相信很多人应该都已经对这个词的意思烂熟于心了。后宫就是古代皇帝的妻妾们生活居住的地方，之后它的意思由地点转变成了人，皇帝的妃子也可以用“后宫”一词代指。然后到了现在，社会的发达怎么还能容忍如此封建的因素存在，于是在各个有文化重人权的法治国家纷纷启用了一夫一妻制之后，后宫这个词就不再有它原本的意思了。我们在动画中所指的后宫，仅仅是动画里面女性角色的代称而已。然而并不是有女性角色的动画就是后宫动画。没有皇帝，自然就构不成后宫；妃子们不争宠，自然也无法定义为后宫。**所谓的后宫动画就是故事中的女性角色都围绕着男主角打转的动画。**

从广义上来讲，后宫动画的男主角多带有相貌比较平凡、性格非常迟钝、天生的烂好人这几种特征。他们在接触女孩子的时候，总是用自己无意识的温柔来获得女孩子的芳心，然后在获得一位女孩子的芳心之后，又由于自己性格上的迟钝也始终不知道原来这个女孩子是喜欢自己的。因此，他们还会接触到更多的女孩子，每接触一个女孩子，男主角就会用自己烂好人的被动技能来获得新一位女孩子的芳心，如此往复，后宫就渐渐地建立起来。这种固定并且有些脱离现实的模式，决定了后宫动画的观众群体基本都是男性。——因为后宫动画说白了，就是来自于男性的 YY。男性观众会从普通的男主角身上找到自己些许的影子，大家在看后宫动画的时候或许会认为自己就变成了动画中的男主角。

后宫动画历史还算是比较悠久，但是要说流行起来，那还要在 2000 之后，以《纯情房东俏房客》作为开端，后宫动画的数量和质量都有所飞跃。纵观整个后宫动画全局，风格也并非统一固定。有的动画后宫很庞大，比如《魔法老师涅吉》，那 31 个后宫可不是闹着玩的；有的动画后宫比较少，比如《拜托了双子星》，仅仅有两位而已。有的动画男主角毫无理由地受欢迎，比如《天降之物》里面那位樱井智树；有的动画里面的男主角帅气得一塌糊涂，让你都不好意思去指责他开后宫时候的无节操，比如《魔法禁书目录》里面的上条当麻，还有《物语》系列里面的阿良良木历。

除了男性为主角后宫动画之外，也有女性为主角的后宫动画。主要分两种：百合类后宫和逆后宫。百合类后宫就是女性开女性的后宫，比如《黄金拼图》里面的大宫忍；逆后宫指的就是以女性的视角开男后宫，比如《遥远时空中》系列和《樱兰高校公关部》。



↑《纯情房东俏房客》是后宫动画中的经典作品，除了女孩子们都很可爱之外，还有一些励志。



↑《樱兰高校公关部》是逆后宫动画中的经典，并且因为女主角藤冈春绯的个人魅力，这部动画也有很多男性粉丝。

格斗动画

在大众的认知当中，动漫故事还是要“战斗”的。有正义的伙伴，有邪恶的敌人，然后我们痛痛快快地打上一场，邪恶的敌人大叫着“我还会再回来的！”，正义的伙伴带着满脸的灰尘和身上的伤口享受着众多善良民众的欢呼。——这是一般英雄故事的情节，在相当长的一段时间内，大家认为动画作品就应该一直都是这个节奏。这在这个节奏之中，正义的伙伴用战斗的方式击退敌人，而我们**把不依靠武器和机体，只用双手双脚和简单的冷兵器的战斗称为格斗。格斗动画就是以格斗为主要元素的动画。**广义来讲，格斗动画从属于热血动画，模式比较简单，有天赋的主角不断战斗，不断遇到强敌，再不断战斗，再遇到强敌，直到作者不想让作品继续下去之时，他设定出来一个最强敌，然后打赢他，结束。

格斗动画的历史那是相当的悠久，比如伴随着众多八零后九零后成长的《圣斗士星矢》和《龙珠》。因为小男孩普遍比较好战这一点，格斗动画能非常迅速地在小孩子之间流行起来，那个时候我们又是天马流星拳又是龟派气功，这两部动画很快就成为了社区里面小孩子必看的动画作品。

谈到格斗动画，就不得不提《周刊少年 JUMP》。这本集英社的热血向周刊漫画杂志基本上是少年格斗漫画的圣地，我们几乎喜欢上的每一部格斗动画的原作都是出自这本漫画之中。而格斗这个打打杀杀的主题也自始至终都是王道，从《圣斗士星矢》和《龙珠》的时期，一直到《死神》《火影》《银魂》《海贼王》，格斗都是一代又一代男孩子永恒的浪漫。今天又学会了什么新技能，今天 XXX 又怎么怎么样了，围绕着格斗动画的各种话题总是源源不断。

当然了，格斗动画也并非只有低龄小男孩这一个受众群体。2000 年之后，也逐渐有一些以女性格斗为题材的动画作品问世，这些作品以女性为卖点，画面暴露场景比较多。尤其是一打仗必破衣这个设定更是成为圈内传统。比较代表性的作品有三国题材的《一骑当千》，御姐题材的《零度战姬》，还有巨乳为卖点的《魔具少女》和《闪乱神乐》。

总而言之，格斗动画从诞生到现在一直都是日本动画中的一个王道题材，这个世界总的来说还是一个文明的法治世界，但是这不代表每个人心中的那个小怪兽就会因此而平息。每当人们渴望战斗、渴望发泄的时候，就会想到那些会带给我们热血的格斗动画。既然现实中我们要做一个老实人、任人宰割，那就让我们在幻想的世界里面战个痛快吧。



↑《海贼王》是如今小孩子们最喜欢的格斗动画之一，连载开始十余年，陪伴了两代小孩子。



↑《圣斗士星矢》代表了很多八零后的童年。也教会了他们打架的时候要喊的台词。

体育竞技动画

体育竞技动画就是以运动作为卖点的动画。因为运动项目的广泛，所以体育竞技动画的题材也相当的广泛。因为搞体育就一定要参与比赛，加上日本初高中的体育联赛已经非常的成熟正规，因此体育类的动画多具有竞技的元素，也因此多为热血励志向的作品。

我们的体育竞技动画的记忆，多是从《灌篮高手》开始的。在《灌篮高手》之前，篮球在日本并不能算是多流行的一项运动，但是《灌篮高手》之后，篮球不仅仅在日本有了一批青少年开始打，就连中国也有很多人是因为《灌篮高手》才喜欢上的篮球。之后还有《足球小将》在中国的热播，让成万上亿的小学生整日抱着个足球，声称要和足球当最好的朋友（他们几年之后果然变成了注定孤独一生的节奏）。

不过也并不是所有的优秀运动漫画都有能让人去进行这项运动的冲动，要说在日本动画之中，涉及次数最多的运动，那还得是他们的国球：棒球。日本动漫在任何年代都不缺少优秀的棒球动漫，原作的作者们总是能把团结、梦想、努力、汗水等等元素特别没有违和感地融入到棒球这项运动当中。其中比较有代表的就是安达充了。从1980年代的《棒球英豪》（也有的译为《邻家女孩》）到2009年的《四叶游戏》，基本安达充的每一个棒球漫画都可以称得上是永恒的经典。一般的运动题材作品主要还是把重点放在运动项目本身上，运动竞技本身的胜负本质基本与格斗漫画没有多大区别，因此，大多数的运动动画的模式与格斗动画都极为相似，无非就是击败敌人和锻炼自己的不断循环。但是安达充就标新立异地在自己的作品中融入了爱情的元素，这就使整个故事显得增色了许多。并且在描绘爱情的同时，也不忘体育竞技本身的热血元素。他完美地把两个要素融合到了一起。也算是开创了体育竞技类动漫的一个新道路。

当然了，无论是搏斗体育还是球类体育都是比较消耗体力的，属于武系体育。还有一种体育属于不太消耗体力的那种，主要靠的是头脑的竞争。代表有围棋题材的《棋魂》、麻将题材的《天才麻将少女》，歌留多题材的《花牌情缘》。也有一些运动属于动画创作者自己发明出来的，比如《少女与战车》。本来立足于少年的热血系运动竞技动画在近两年萌文化的影响之下，逐渐开始向着百合、搞基、恋爱等方向发展。但是有趣的是，这些新品种的运动作品在突出新的娱乐元素的同时，依然能够坚守住运动题材的竞技性带来的那种特有的热血和励志。可见，运动竞技动画本身的魅力确实独一无二。



↑让中国孩子爱上篮球的原因主要有两个，一个是NBA，另一个就是《灌篮高手》。



↑将开坦克对轰命名为“战车道”，演化成了一种大家闺秀的运动，不得不说《少女与战车》真的赢了。

纯爱动画

恋爱动画，就是讲述恋爱故事的动画。主要抓住了青少年对于美好爱情的向往，多以青春、校园等元素作为卖点。但是呢，恋爱因素其实无处不在，就是其他题材的动画，比如运动类、格斗类都可以有恋爱元素的存在。恋爱就像是调味料一般，即使你不主要吃它，那它也是你吃一道菜必不可少的东西。然而，总有一些人更希望看到只描写恋爱的动画，有市就有商，所谓的只讲述爱情的纯爱动画就诞生了。

纯爱动画大致分为两类，女性向和男性向。女性向就是所谓的少女纯爱动画。主角为女性，以平凡女性的视角来与帅哥相遇、恋爱、纠结。这类动画非常能给与正处于中学阶段的年轻女孩子一个非常美好的梦想，在制造了她们的代入感的同时，也为她们提供了足够多的观看快感。近几年，少女向纯爱动画虽然不能说得上是大红大紫的题材，但是也一直非常稳定的有优秀的作品出炉。比如《恋爱情结》，比如《邻座的怪同学》，再比如《只要你说你爱我》。近几年的少女向纯爱作品，都在塑造有魅力的男性角色的同时，也会花很大的功夫塑造女性角色。制作者们也纷纷发现，只有男女通吃才能挣大钱，因此在很多纯爱动画中的女性角色也一样很有魅力，比如《樱兰高校公关部》里面的藤冈春绯，比如《好想告诉你》里面的黑沼爽子。

男性向的纯爱动画一般很容易跟后宫动画弄混，因为很多男性向纯爱故事中都带有后宫的元素，比如《有你的小镇》，对主角桐岛青大有好感的女孩子就有很多很多。因为很多此类动画都是改编自 GALGAME，为了照顾所有角色，自然就会加入一小部分的后宫元素，也因此有的动画制作公司在没掌握好这个开后宫的度的情况下，塑造出来了很多渣到极致的男主角，比如《日在校园》里面的伊藤诚和《白色相簿》里面的藤井冬弥还有《愿此刻永恒》里面的鸣海孝之。当然了，也有很多处理得非常好的 GALGAME 改编作品，比如《CLANNAD》，比如《架向星空之桥》，再比如《纯白交响曲》。当然了，GALGAME 也并非是男性向纯爱动画的唯一来源，也有相当一部分的作品改编自漫画。其中，著名御姐控纯爱漫画大师河下水希就提供了不少作品出来，比如《草莓 100%》，比如《初恋限定》。还有濑尾公治的作品也都被动画化过，比如《凉风》，比如《有你的小镇》。它们的原作都是连载在少年向漫画杂志上的恋爱作品。此外还有将在 2014 年 1 月播出的《周刊少年 JUMP》上的《伪恋》。



↑《恋爱情结》好看的地方有很多，男女主角的身高差自不必说。他们的关西腔也是一大亮点。



↑《有你的小镇》是标准的濑尾公治风格的作品，卖肉当中夹杂着快乐，快乐当中夹杂着虐心，但最后都是人生。

BL 动画

这里说的 BL，可不是部落的意思。这里的 BL 是 Boys' Love 的缩写，翻译过来就是男孩子的爱情。**所谓的 BL 动画，就是描写男孩子之间的爱情的动画。**BL 这种情节在日本古代的时候就存在过，日本人的骨子里对于“美少年”一直都非常的崇拜。他们的武士文化也带有男人和男人之间忠诚性的这种因素。就像中国传统中一直在说的“义气”一样。本来属于男人和男人之间的兄弟情感，在现在逐渐被少女化、耽美化，因此就诞生出了 BL。

而 BL 动画作为日本动画当中的一个偏门，也异常的受到众多女孩子的喜欢。BL 就像是烟草，没接触过之前你会以为它有些呛人，似乎并不合适吸食，一旦接触上，你就会深刻地知道它的魅力，从此无法自拔。而这些喜欢着 BL 的女孩子现在都纷纷有了一个叫做“腐女”的名号。

首先，BL 动画中的四大经典不得不说一下。它们分别是：《炎之蜃气楼》《间之楔》《富士见二丁目交响乐团》，还有《绝爱》。除了《绝爱》之外，前三部都是改编自耽美小说的动画作品，它们用其极浪漫的手法将男人与男人之间的爱情描绘的美艳至极，每个人都是美男子。而美男子之间的相互攻受就成为了吸引女孩子关注的重要元素。

时至今日，BL 动画的地位和人气越来越高，本来是一个比较偏门的类别，在近几年却逐渐形成“扶正”的势头。它们主要分为两类：纯 BL 动画和暧昧型 BL 动画。

纯 BL 动画近几年以《LOVELESS》作为开端，后来到了《纯情罗曼史》走向鼎盛，之后有了《世界第一初恋》延续住了 BL 动画的人气。总的看来，纯 BL 动画更加具有耽美小说的风格，属于那种标准的腐女向作品。

暧昧型的 BL 动画就非常的多样了。我们可以笼统地说，只要是男性角色够多的动画都是暧昧型的 BL 动画，比如《网球王子》《薄樱鬼》《K》等。还有一些少年向作品也都在腐女的强大气场的影响之下成为了 BL 向作品，比如《黑子的篮球》《网球王子》《银魂》《海贼王》《家庭教师》。这几年随着《黑塔利亚》《歌之王子殿下》和《K》的大受欢迎，BL 动画逐渐向着擦边球的方向发展，动画本身定位成正常向的，然后在动画内部的加入很多容易引起腐女妄想的杀必死场景。比如《黑子的篮球》和《FREE！》，看似都是体育竞技类的少年向作品，实际上非常注意在细节的地方服务女性观众。因为，自从《歌之王子殿下》成为了当季 BD 销量遥遥领先的作品之后，各大动画公司就深刻地了解到了腐女们的战斗力。之后，BL 类动画只能越来越多，不会有一丝一毫减少的迹象。



↑《世界第一初恋》讲述了一个少女漫画编辑部里面的基情，除了基情之外，他们的赶稿地狱也给人很深刻的印象。



↑《K》属于那种标准的暧昧型 BL 动画，并没有明确表明爱意的场景。但是现在的腐女们就是喜欢这种调调。



机战动画

机战动画，就是以机器人为主角、题材多为战争和科幻的动画。基本上可以称为最能代表日本动画的题材。纵观整个日本动画的历史，其中的经典之作基本都是机战动画，因此称此题材为日本动画的王道也不为过。

要说机战动画的分类，主要还是得从机器人的种类上来分。从操纵形式上，大体可分为不受操控的高智能机器人和受操控的机器人。前者的鼻祖是《铁臂阿童木》后者的鼻祖是《铁人28号》。从机器人的种类上，可分为超级系机器人和真实系机器人。超级系机器人就是具有强大的作战能力的机器人，通常敌人是一些超越地球文明的存在，但是作战策略往往低能的可怕，战斗方式多以热血为原动力；真实系机器人的设定比较重视科学，在此类作品中会看到比较完整的科技和社会设定的世界观，比较适合科幻类的爱好者。前者的代表就是《铁人28号》和《飞跃巅峰》，比较新的就是《天元突破》；后者真实系机器人的作品很多，最经典的比如《高达》系列，还有近几年的《叛逆的鲁鲁修》《交响诗篇》《银河机攻队》《翠星之加尔刚蒂亚》等。当然了，也有一些机器人属于游离余两者之间，人们对于它的分类一直争论不下，比如，《EVA》。不过也有一种比较显而易见的区分方式，就是，会放大招的就是超级系机器人。从这一点来看，EVA应该算是超级系的机器人。

因为机战动画大多都是战争题材的，所以它们的主题都比一般的单纯格斗动画深刻许多、世界观也要宏大许多。尤其是在《EVA》之后，机战动画开始更加注重“人类角色”的刻画，很多作品中的主角开始向“普通化”发展。他们并没有英雄人物的性格，也没有热血少年的勇敢，他们思考着每一个普通人都会思考的问题，他们也与普通人一样渴望得到别人的认可。这类的机战动画以《EVA》为开端，以《交响诗篇》作为巅峰。之后，这种谋求代入感的机战动画开始不再受人追捧。大家在喜欢机体本身的情况下，提高了对故事角色的要求。因此，很多机战动画开始在角色上下功夫。第一个成功的例子就是《高达SEED》。几年之后，《叛逆的鲁鲁修》又一次再现了《高达SEED》的火爆。到了《叛逆的鲁鲁修》这里，机战动画里面的机战元素就已经被削得很低了。大家主要的关注点基本都放在了剧情和角色的身上。

目前业内做机战动画的动画公司主要有SUNRISE，production I.G和GAINAX。值得一提的是，GAINAX的机器人动画基本都是超级系，可见这群大叔们有多么热血。



↑《飞跃巅峰》是标准的超级系机器人动画，只要有热血，什么样的敌人都灭给你看。



↑《高达SEED》是自《EVA》之后第一部真正意义上火起来的动画。它的人气霸主地位一直坚持到了《鲁鲁修》。

日常动画

日常动画，又称空气系动画，是近十年来开始兴起的一种新的动画题材。它一般没有激烈的主线剧情，也没有复杂的设定，剧情就像是我们每一天的生活一样平淡。气氛温馨治愈，属于观看起来比较轻松的类型。

让日常动画进入到大家的视听当中的是2002年播出的《阿滋漫画大王》，它以一个班级的几位女孩子们作为主角，剧情如同过日子一般，从一个学期的开始一路走下来。到了下一个年级，也依然如此往复，相同的时节发生不同的事情。凭借着每一集积累的温馨，在最后一集《阿滋漫画大王》莫名地爆发出了泪点，感动了很多人。这部动画基本上可以说是日常系动画的鼻祖，也基本上可以说是日常系动画的经典。至今，在很多人的心中，它依然是最优秀的一部日常系动画。

在《阿滋漫画大王》之后，还有一部很优秀的日常系动画，那就是《草莓棉花糖》。我们可以说，日常系动画作为现在萌文化的主要载体，它也是为我们提供萌文化的重要途径。《草莓棉花糖》之前，可能很多人都没有"萌"的概念，也基本没有"萝莉"的概念。正是《草莓棉花糖》将这两个要素带给了我们，而这部动画也依然是一部没有主线剧情的日常系动画。

2005年《水星领航员》的诞生将日常系动画的艺术水准普遍拉高了一个档次，同时《水星领航员》每一话的治愈风格也颇受观众的喜爱，这也一举扭转了之前日常系动画普遍缺少内涵的缺点。在这之后，日常系动画开始逐渐发展出自己的特色。比如新房昭之的《向阳素描》系列，主打温馨和治愈，同时新房昭之自己的风格也成为了卖点之一。

由于日常系动画的角色普遍都以女孩子为主，因此现在的日常动画当中经常会带有很浓郁的百合气息，比如《向阳素描》，比如《轻音》，比如《摇曳百合》，比如《A频道》再比如《悠悠式》。当然了，也并不是所有日常系动画都是一女孩子角色为主，也有一些是以男孩子为主角的日常系动画，比如《男子高中生的日常》，比如《少年同盟》。

总的来说，日常系动画在如今这样的一个生活压力巨大的环境下真的十分受欢迎。它们甚至能在存在感上压倒许多传统题材的动画作品，成为当季最火热的动画——《幸运星》和《轻音》都曾经有过这样的统治力。现在的每一季新番中，会有很大一部分日常系动画的存在，虽然日常系动画缺少跌宕起伏的剧情，但是这种轻松惬意的氛围却异常的适合当今看动画的青少年们。



↑《水星领航员》是日常治愈系作品的神作，至今依然没有能出其右者。



↑《向阳素描》是一部标准的日常百合向动画，由新房昭之一手打造。

百合动画

“百合”一词是指女性之间恋爱的隐语，其语源有多种说法。最普遍的看法是，1971年，由日本男同性恋杂志《蔷薇族》的编辑长伊藤文学提倡，将“百合族”作为“蔷薇族”反义语而起。其后因日活浪漫情色出版社制作《百合族》系列书籍而广为流传，渐成固定用语。

百合动画就像BL动画一样，并不能说是动画中的主流，他们都有着自己领域中的极为痴狂的观众，同时也有着很多不喜欢它们的黑子。

说到百合动画，还是要好好说一说百合的定义。百合虽然指女性之间的恋爱，但它更加侧重女孩子之间的感情本身，是一种较为纯洁美好的事物，并且很少联想到性。因此，很多百合动画都有洗涤灵魂，陶冶情操之功效。比较有代表性的就是《圣母在上》（又译为《玛利亚的凝望》），剧中的角色都有着十足的大家闺秀的做派，举止优雅，谈吐得体，看完全集下来之后，仿佛你的内心也得到了净化一般。《幸运星》中的泉此方就因为读过了《圣母在上》的小说而短暂性地变成了一个淑女。

自《少女革命》之后，百合动画的受众就开始变得多了起来。以《圣母在上》《神无月的巫女》和《惊爆草莓》为高峰，百合动画的确在一段时间之内成为了宅男们非常喜欢的动画题材。近几年，纯爱向的百合动画有开始减少的趋势，作品也只有《青花》和《轻声密语》两部。随着日常系动画的流行，现在的百合动画开始与日常系动画合为一体，变成了新品种的动画种类：百合日常动画。百合日常动画的特点是，并不浓墨重彩地去刻画女孩子之间的爱情，而是在女孩子们的欢乐的日常生活之间穿插着一些小暧昧，安排上一两个百合属性的角色，进而使得整个动画都充满了百合的气息。这种动画类型的代表是《摇曳百合》和《轻音》，之后的许多日常像作品中都有百合元素存在，比如《日常》中的美绪和柚子，《幸运星》中的小南和小优。此外有很多以女性为主角的作品都充满了各种各样的百合氛围，大家也乐于去帮助角色们配对，比如《强袭魔女》《天才麻将少女》和《少女与战车》，里面的CP数量丝毫不比《网球王子》《K》这样的BL作品少。

另外，随着伪娘这一生物的流行，不少伪娘与女孩子相爱的伪百合作品也纷纷出现，比如《少女爱上姐姐》《肯普法》《女生爱女生》等。严格来讲，伪百合并不能算到百合当中，但是伪百合动画也同样得到了百合控的支持和关注。毕竟，伪娘这个生物仅仅是画个女孩子硬给说成男孩子而已。



↑《少女革命》是日本动画中的三大御宅作之一，也可以说是百合动画的元老级作品。



↑《圣母在上》塑造了非常多的经典角色，她们至今依然能给人留下很深的印象。

魔法少女动画

魔法少女，从名字就能得出定义，就是可以使用魔法的少女。因此，魔法少女动画就是主角是魔法少女的动画。从一开始的本源上来讲，魔法少女动画多数属于那种比较单纯、惩恶扬善的单元剧形式的动画。然而近几年随着更多有个人风格的动画大师加入到了魔法少女动画的制作当中，魔法少女动画本身的主题和故事也开始向着深度、黑暗等方向发展。

魔法少女动画的起源，是1966年的动画《魔法使莎莉》，原作者是日本著名漫画泰斗横光利一，值得一提的是，这部动画不仅仅是魔法少女题材的起源，同时也是少女向作品的起源。因此，从一开始，魔法少女就被定义成了少女向的作品。这也很好理解，在男孩子喜欢看的少年向动画中都是男性作为主角，有各种各样的能力。动画中的主角基本都会成为男孩子们崇拜和模仿的对象。因此女孩子也是一样，她们也有着自己心中的小梦想，因此，最早的魔法少女动画就从这一点上找到了市场。

20世纪90年代之后，《美少女战士》将魔法少女类动画完全定型。同时，这部动画的热播也将魔法少女这一角色类型推广开来。有意思的是，《美少女战士》的定位虽然是绝对的少女向（标志就是基本每一集都会有王子型角色夜礼服假面来救场），但它依然有着数量很大的男性观众群。这或许就是在几年之后魔法少女动画逐渐男性向的苗头。

魔法少女就像之前介绍过的机器人一样，也可以按照不同标准来分类。比如战斗型、非战斗型；变身系、非变身系。前者很好理解，就是打架与不打架嘛：战斗型的代表就是《美少女战士》《魔法少女奈叶》《魔法少女小圆》；非战斗型经常与偶像题材并肩出现，比如《我是小甜甜》，比如《变身！偶像公主》。变身与非变身则比较微妙，一般来说，变身是魔法少女的必要要素，也是魔法少女的标志，到现在为止依然有相当多的人认为：只要不变身，就一定不能说是魔法少女。也的确如此，在大部分的魔法少女动画中，变身绝对是最具看点的场景。然而，的确有魔法少女是不变身的，当然了，这种情况在日本动画中比较少见，硬要说的话，就是颇具争议的《魔卡少女樱》。

2004年《魔法少女奈叶》播出之后，一举奠定了男性向魔法少女动画的主流地位，从这之后，男性观众开始大面积入侵魔法少女动画领域。即使是依然定位为幼女向的《光之美少女》也有着非常多的男性粉丝。在《魔法少女小圆》造成轰动之后，黑暗系魔法少女动画也开始广受欢迎，魔法少女动画的题材和类型更加丰富多样。



↑《我是小甜甜》是标准的非战斗系魔法少女动画，同时也是很多八零后的童年回忆。



↑《魔法少女奈叶》将战斗系魔法少女演绎到了极致，里面的魔法少女们都具有着非常爆表的战斗力。

推理动画

推理说得通俗一点就是思考结果，将谁也弄不明白的谜团解决掉的过程，就是推理。这一题材是日本动画中一个非常难得的大众题材，甚至可以说，这个题材的主要战场根本就不是日本动画。更多优秀的推理作品是欧美的电影或者电视剧。但是，虽然推理动画的精彩度或许难以和欧美的电影相比，但是日本的推理动画也有着自己的特点，属于不一样的精彩。

推理动画，就是以推理为故事主线的动画，多为刑侦剧，但也有例外。刑侦剧模式普遍比较单一，就是主角一行人到一个地方，发生了一起杀人事件，然后找出杀人凶手。这种模式单一归单一，但绝对是推理故事最好的温床。

最早的时候，日本的推理动漫作品多为推理小说的改编作品，关注人数并不多。直到1992年，《金田一少年之事件簿》连载之后就取得了非常高的人气和关注度，推理题材开始大受欢迎。1994年，《名侦探柯南》也开始连载，自此推理漫画的两部神作均已诞生。1996年和1997年，《柯南》与《金田一》纷纷动画化，这两部作品的影响力开始展现出来。

画风美型可爱，剧情更加有青春活力的《名侦探柯南》迅速在国际范围内走红。柯南这一角色成为了全世界的小朋友都知道的角色，甚至成为了侦探的代表。有趣的是，由于是刑侦破案类的故事，因此杀人事件不可避免，然而因为剧情需要，杀人事件一定会在主角身边发生。因此，这两部作品在这20年的连载中，可谓是柯南和金田一走到哪，人就死到哪。广大推理迷因此称呼他俩为动漫中的两大死神。

除了《柯南》和《金田一》这两部比较王道的推理动画之外，许多剑走偏锋的推理动画也分别取得了不错的人气。比如《死亡笔记》，犯人在一开始就是夜神月，故事中的推理就是在L的侦破与夜神月的反侦破中进行的，这种比起找到最终结果更加注重两位头脑天才的交锋的手法受到了很多人的欢迎。近几年，推理类动画逐渐与萌系元素相融合，有些作品中的侦探角色开始由少年变成少女，比如《GOSICK》，比如《神的记事本》。这两部作品的模式很相似，主角依然是男性，侦探由女主角来担任，男主角作为女主角的助手出场。

此外，刑侦剧之外的推理动画也有着自己独特的魅力，它们的推理内容有的时候是别人的身世或者别人隐藏的谜团，有的时候仅仅是一些生活中的细小琐事。虽然不涉及杀人、阴谋等较为黑暗的主题，但是为了追求真相而进行的推理过程依然十分有看点，动脑程度一点也不比刑侦剧要差。这类动画的代表就是《文学少女》和《冰果》。



↑死神小学生走到哪死到哪的强大气场让很多犯罪分子和普通良民闻风丧胆。


↑与柯南相比，夜神月才是真正的死神。用个笔记本写个名字就能杀人，真方便。

古风动画

古风动画，说得天朝一些的话就是古装戏、古装动画。讲述古代或者近代的内容。因为这一题材仅仅是限制了故事发展的时间和环境，因此这类作品的题材非常广泛。其中包括格斗、少女向恋爱、逆后宫、少年热血、BL等多种题材。在日本的历史中，有两个时期经常被影视作品拿来反复使用，一个是战国时代，另一个就是幕府末期。

首先来说战国时代，日本的“战国”一名来源于中国的战国。然而中国的战国时代是后人在总结历史的时候的命名，而日本则不同。日本的战国一词最早出现在甲斐国（今山梨县）大名武田信玄所制定的分国法《甲州法度之次第》第二十条，其开头就记着“天下战国之上”。对中国古代兵史十分狂热的武田信玄看到了当时的日本现状与中国的战国时期极为相似，因此将这一时代命名为战国时代。由此可知，当时的每一个武士和大名都有着“自己身处战国时代”的自我意识。这种自己给自己做历史的行为，很少见也很有趣。

战国动画最纯就是《战国BASARA》，以格斗和战争为主题，讲述战国大名之间的争斗。此外，大部分的战国动画都采取穿越剧的形式，主角因为某种原因来到战国时代，或是替代了一位历史名人，或者无关历史，仅仅是在这个时代遇到一些人一些事。这类动画的代表是《织田信奈的野望》、《犬夜叉》。还有的作品采取架空式的设定，不用真实的历史人物的名字，比如《刀语》。

其次是幕府末期，美国的黑船吓开日本国门，之后日本进行了明治维新。而那些不想舍弃武士之魂的人就发动了攘夷的武装运动，然而攘夷运动最终以失败告终。主要的将领均以死来维护武士道的纯正。这一时期的诸多作品几乎都会以新选组作为主角，代表性的有《浪客剑心》《新选组异闻录》《薄樱鬼》。同样，也有一些作品采取架空设定，或是用一个类似的世界，或者讲故事中的人物名字稍加修改，这类作品的代表是《少女妖怪石榴》和《银魂》。

此外，还有一些古风剧并没有设定在这两个时代当中，他们仅仅是用了古风这一元素和传统的和风文化。比如《遥远时空中》、《十二国记》和《彩云国物语》。另外由于如今的日本也保留了像是神社、祭典、和服等诸多传统通文化元素，很多发生在现代的充满和风的作品也可以划入古风动画当中，比如《滑头鬼之孙》《XXXHOLIC》等。



↑《战国BASARA》的原作游戏是一款可以跟光荣公司的《无双》系列叫板的作品。



↑著名的幻想历史动画《十二国记》带着浓浓的中国风，让国人也倍感亲切，兽人乐俊的乐观积极的心态也感动了很多人。



↑《薄樱鬼》中各位美艳的新选组成员是多少花痴少女的梦想啊。

世界系动画

世界系动画在日本动画中是非常非常特别的一个存在。它不成体系，难以定义，作品数量也比较稀少，而且流行的持续时间也比较短，它出现于2000年之后的21世纪初，在最近的五六年间，我们已经很难再看到世界系的作品了，或许以后我们也不会看到也说不定。

那什么叫做世界系呢？**世界系就是以一个男主角（通常以“我”自称）和一个女主角为中心展开的恋爱故事**，而女主角通常是“被选中”的人，身上背负着世界的命运。在世界系的作品当中，女主角一直都在为了全人类或者整个星球在战斗，但是她具体的战斗内容我们却无从知晓。世界系的动画将舞台扩的非常大，除去两位主角之外，就是宇宙、星球、全人类这个概念，但是连接宇宙和两位主角之间的类似于学校、社会、军队之类的设定却模糊得不能再模糊。因此观众们知道的是女主角正在与某种东西在战斗，但是却不知道到底怎么战斗，到底战争进展的怎么样，到底战斗会持续到什么时候。

这类作品的代表就是那个红极一时的《最终兵器彼女》。这个时刻离不开战斗的故事，却基本上所有的情节都在描述恋爱中的男女主角。它也定义了最标准的世界系——在男主角的视角来看女主角，就是恋爱对象。男主角并不对女主角的战斗提供帮助。这一点看似不近人情，让人莫名其妙。但其实由于世界系中战争一般都如同星球大战那般宏大，而男主角却几乎都设定为非常普通的学生，因此即使男主角想要帮助女主角也无从下手。所以观众们在看世界系动画的时候也就不会想到这个问题。

新海诚的出道作品《星之声》也是非常标准的世界系动画。这类作品通过平凡无力的男主角来给观众（尤其是男性观众）的代入感和他与看似平凡实际上有些遥不可及的女主角之间的那种落差感来让观众们思考。思考的方面有很多，有的思考青春，有的思考世界。这也是世界系动画之所以能够风靡一时的原因。

然而由于设定的片面，角色数量的稀少等等原因，导致世界系动画终将只是一个小卖点。它永远也无法成为商业大作，甚至连长度延伸到半年档都做不到。除了《最终兵器彼女》和《星之声》之外，比较有名的世界系作品还有《妖精的旋律》。此外也有许多动画当中都带有世界系的影子，你可以把它们归类为广义的世界系，但它们其实真的与纯世界系有着一些差别。这类作品比如《AIR》，比如《灼眼的夏娜》（仅限开场阶段），比如新海诚的另一部大作《云之彼端 约定的地方》。



↑《灼眼的夏娜》的开场确实带有很大的世界系色彩，不过很快它就跳出了世界系的范围。



↑《星之声》是新海诚一人负责的动画，画面在当时十分惊艳，同时也是标准的世界系作品。

魔幻动画

魔幻这一题材非常之王道，这一点我们应该都能够理解。无论是小说、电影还是动画，魔幻题材的作品数量都非常之多。魔幻的种类也各种各样,西方风格的比如《哈利波特》、比如《暮光之城》、比如《魔兽世界》。中国风格的魔幻大多都被称为玄幻，活用于诸多网络小说、网络游戏当中。当然了，日本也有着属于自己的魔幻。有趣的是，日本的魔幻不像中国这样融入了许多中国民间传说的元素。日本的魔幻看起来是在模仿欧美，作品中出现的人名、建筑基本都是西洋风格的，但是它们的魔幻又与欧美的魔幻完全不一样。

广义上来讲，**只要涉及到魔法的动画就都应该算是魔幻动画**。但是因为之前已经介绍过魔法少女动画了，所以我们就在这里把魔法少女动画移除，来讲一讲其他种类的魔幻。

提到魔幻，首当其中就是中世纪风，剑与魔法的世界。这类动画的舞台基本都会设定在类似中世纪的欧洲。有教会、有国王、有剑士，有士兵，有骑士，有吟游诗人。这类作品非常之多，代表作品有《废弃公主》《传说中的勇者传说》《龙之塔》《光明之心》《狼与香辛料》等。

第二个要提的，就是魔幻的一大门派，吸血鬼。吸血鬼是一种拥有不死身，靠吸人血为食，有着远超人类的强大战斗力的生物，外表多高贵冷艳，害怕十字架和大蒜和阳光（有的动画中会取消这个设定）。在日本的动漫作品中，吸血鬼的登场次数非常之多，而登场动画的题材也是多种多样。有像《FORTUNE ARTERIAL》这种的爱情戏，也有像《吸血鬼与十字架》这种的后宫剧，还有像《吸血鬼骑士》一样的少女向动画也有像是《真月谭月姬》、《吸血鬼同盟》这种战斗为主的作品。

此外还有一些故事背景设为现代的魔幻作品，魔幻与城市相结合，在现实街道上的战斗会给观众非常充分的代入感。这类作品的代表有《灼眼的夏娜》《空之境界》《FATE》《零度战姬》《魔法禁书目录》《科学的超电磁炮》等。

总的来说，因为魔法是动画当中非常常见的要素，因此魔幻类的动画作品的数量也非常的多。而现在，随着动画题材的丰富和动画创作者想象力的提高，很多魔幻类作品的重点正逐渐从战斗转为其他方向。比如 2013 年兴起的魔王热的两个代表作品《魔王勇者》和《打工吧！魔王大人》就都是剑走偏锋的动画作品。他们虽然没有按照王道剧情来进行，但都有自己的吸引人之处。或许今后的魔幻类动画都会转向别的故事内容也说不定。



↑在《光明之心》的原作游戏中，你只能选择一位女孩子，之非常的令人纠结。



↑奈须蘑菇的“月世界”就是标准的日式魔幻。同时《真月谭月姬》也是一部比较特殊的吸血鬼题材动画。

科幻动画

科幻是人类永恒的浪漫。它源自于人们对于未来的幻想，在幻想当中加入一定程度的科学元素，也就是做到“有理有据”的幻想，科幻便这么成立了。

追根求源，日本动画的开端就以科幻类作品为始。在相当长的一段时间当中，科幻题材都是日本动画最主要的题材，就算到了现在，诸多日常系、现实系作品开始流行，他们也依然无法撼动科幻动画的地位。从日本的第一部TV动画《铁臂阿童木》，到奠定日本动画地位的《银河铁道999》、《宇宙战舰大和号》和《机动战士高达》，再到开启御宅文化的《新世纪福音战士EVA》，直至二十一世纪最具话题性的《CODE GEASS叛逆的鲁鲁修》。能够名垂日本动画史的作品几乎都是科幻类作品。与BL、百合、魔法少女等题材相比，科幻动画的风格并没有这些题材变化得那么大。

之前已经介绍的机战类动画中的真实系机器人动画就是科幻动画当中的最大分支。这些动画原创居多，在企划阶段需要SF设定师来对动画的世界观、科技树进行相当多的设定。这类动画是绝对的硬科幻，基本上每一部作品都是成本很高的大作，也基本每一部作品都能取得相当高的关注度。

除了机战动画之外，科幻动画的代表就是《攻壳机动队》了。通过设定科技，设定世界观，设定时间的方式来营造一个类似于乌托邦式的社会，人们的生活方式并没有机战动画当中改变的那么大。这类动画更注重在生活细节上的科幻处理，战斗的方式也更加接近现实世界。2012年10月播出的由虚渊玄操刀的原创动画《心理测量者》就是这种类型的最新代表作。

除了这种强调科技树的改变的硬科幻之外，软科幻动画也同样受很多人的欢迎。软科幻动画更加注重细节上的科幻，可能整个世界都没有变化，只是一两个物件被科幻化了而已，这类作品以人型机器人恋爱向作品为主，比如《夏娃的时间》、比如《人形电脑天使心》。

另外还有一种处于软科幻和硬科幻之间的作品，比如《水星领航员》。在设定上，将科技树，世界观，时间背景写的非常明确，同时故事的舞台也跟着转移到了水星之上。但是《水星领航员》是一部众所周知的治愈系神作，在充分丰富的SF设定的基础上，《水星领航员》却更加注重对于日常、生活中的亮点、朋友的情谊等方面的描写。大家看这部作品的时候，很少会带着“这是一部科幻动画”的想法，反而更多人把《水星领航员》当成了一部日常系动画在看。《水星领航员》绝对是最特殊的一部科幻动画了吧。



↑《攻壳机动队》被誉为是乌托邦型科幻动画的经典，当年押井守那深邃的动画风格也影响了一代人。



↑《心理测量者》就像是《机动警察》和《攻壳机动队》的现代版一样，只不过加入了很多流行元素。

日本动画的制作

日本动画究竟由哪里来，由谁来制作，当中又是如何复杂的呢？看完以下内容，
相信大家会对日本动画的整个制作有更深入的了解。



概述

刚刚开始接触日本动画的观众或者会觉得，一部十二集的动画，每个星期只能看一集，每一集去除了片头片尾，剩下的基本只有二十余分钟时间，这样看动画也实在太没“效率”了吧。以往CCTV播放的动画，不论是引进的还是国产的，基本都是每天1集，甚至有些周日多集连播的，为什么日本动画每周才一集呢？ OVA甚至好几个月才一集呢。

其实，这是一个误区。日本动画，哪怕是国产动画都没有大家所想的那么高产。因为制作动画是一个非常复杂，耗时耗资非常高的产物。由于现在技术水平的进步，以及采用了外包制的制作方式，完整动画的制作时间已经大幅缩减，但这也需要好几个月的时间。

现在比较“流行”的做法就是利用电视台每周连载的间隔来为动画制作腾出时间。不知道大家有否发觉，有些系列动画自从第二集开始，画质会逐渐下降的现象呢？其实这是由于制作进度落后导致的赶工原因。有些进度落后严重的，到了电视即将播放的前一、两天，更甚者是在当天才把当周播放的样带送到电视台，临时赶工导致的画面的各种崩也是无可奈何的。

作为一本大百科，为了让各位对动画更深入地了解和理解动画制作本后庞大的工序，以下让我们对动画制作的工程进行抽丝剥茧。由于内容比较正式，所以请各位同学自备提神药。

动画制作中的八宝

· **手提电脑：** 可以不带纸不带本，但笔记本电脑是必须品。现在没有电脑怎么生存，更何况是进入了电子化动画制作时代的现今呢。

· **手机：** 手机的最大用处不是用来联系朋友每晚秉烛夜谈或者给女朋友交功课，而是当需要小休的时候它能够变成一个闹钟。

· **旅行洗漱套装：** 在公司通宵加班时可以利用洗手间的洗脸盘来简单地梳洗一下。就算淋浴不可能，简单的梳洗是让人能够提供更多持久力的方法。

· **旅行睡袋：** 旅行睡袋与旅行洗刷套装相辅相成。尤其是在一些公司里没有大沙发或者空间比较紧凑的，一个旅行睡袋能够解决没有地方睡觉的困境。

· **发夹：** 既不是为了时髦，也不是为了展现个性。只是进入了动画制作期后，一般会懒得去理发店理发。一个发夹可以解决头发过长的问题。

· **营养饮品：** 想要一天24小时满状态是不可能的，一天16小时高强度工作必须依靠营养饮品提神。这时候需要“一本满足”！

· **强壮的体魄：** 正所谓身体就是革命的本钱，身体不好又怎能打拼呢。一个强壮的体魄，以及足够的体力是支撑下去的本钱。

· **坚强的心：** 这一项最重要，也最难得。何时何地做任何事都有艰辛难受的时候，而动画制作更是考验心力的时候！

Chapter 02 动画制作人员

动画的制作是一个大型团队的工作，当中涉及20多道工序，参与制作的人员更多至数十人。在认识动画的制作流程之前，让我们来认识一下整个过程中每一个环节的人员配置。

制作人

制作人，英文写法为“Producer”，就字面来看，就是制作者的意思。我们经常能在电影的范畴里听见“制作人”这个职称。电影中的制作人又有“出品人”之称，指的是投资拍摄电影的人，也就是一部电影的大老板。大老板有权决定拍摄影片的一切事务，影片完成后，制作人还要进行影片的洗印，向市场进行宣传和推销。其次就是音乐制作人。音乐制作人不一定会作曲作词，但一定是决定音乐的整体风格以及战略路线的人。游戏的制作人是企划并管理整个电子游戏开发专案，包括针对的游戏群体、制作成本、游戏风格等（《樱花庄的宠物女孩》主人公神田空太的目标就是成为一名游戏制作人）。综合而言，制作人的本质就在于决定及掌控自己制作的知识产物的内容、风格、方向、战略方针等关键要素，也就是在知识产物创作中掌舵的人。动画制作人也是同样的道理。

制作人的工作可以概括为以下两点：

1. 制订动画企划书

制作人需要密切地盯紧动画市场，每时每刻都尝试捕捉观众的口味，找出以及推测将来会成为潮流的元素，然后对症下药，将动画的主题内容、人员构成、面向群体、成本预算、赢利点等等统统写到企划书上。动画企划书是否周密，对市场的捕捉是否准确，数据分析是否有力，不仅关系到动画本身能不能在每个季度几十部动画中脱颖而出，而且间接影响到动画内容的方向。为宅男制作儿童向的动画是没意义的，给腐女来一部魔法少女百合片是不科学的。制作人的思路是决定动画根本定位以后后期资金回收的关键。

2. 落实执行动画企划

制作人是一份职业，普遍情况下制作人不会自费出资制作动画，因此，制作人必须向企业方（自社或他社）提交自己的企划书。方案通过后才开始着手筹备制作适宜，包括寻找合作出资的企业，寻找播放渠道，寻找监督、剧本家、角色设计等核心人员，决定并预约负责将方案制成动画的动画公司，决定音响制作公司，选声优选配乐作曲等等，所有大面积的“选”、“定”、“监”都在制作人的工作范围内。

简单来说，制作人就是一名制作统筹，由零开始企划到后期的销售盈利阶段，制作人都拥有最高的责任。大部分的观众都有误区，大家认为“监督”就是一部动画之中最有力的人，但真正的“幕后黑手”是负责整个动画方案的制作人。制作人不一定是大老板，但至少是一个包工头。一部动画作品里会出现好几个制作人（至少有一名制作人是负责企划），凡是有份参与的企业机构都会派出一名制作人作代表进行商谈。同时，根据企业的做法，会因应该制作人的职责来添加头衔。



↑《樱花庄的宠物女孩》主人公神田空太的目标是要成为游戏制作人。

监督

“监督”一词主要是来以日语汉字“監督”直译而来的。“監督”一词有督促、监管、管理的意思，动画监督相当于电影中导演的位置。若把制作人看成是整个企划的统筹，那么监督就是负责掌控“动画作品”中的所有事宜的人。监督是在制片现场指挥的重要人物，根据制作人的企划方针，在不影响企划的大方向为前提下，决定作品应该走何种路线，应该用何种手法呈现。

好的监督能够制作拥有自己特色的作品，令人一眼就能看出该动画是不是某监督的作品。动画监督的人选由制作人来决定。监督也有擅长和不擅长的领域，有些监督擅长做硬派的作品，能够把擅长的题材表现得淋漓尽致。相反，若要一名擅长机战片的监督去监导一部儿童向的启蒙动画，那就是明显的用人不当了。因此，制作人会时刻留意着市面上的作品，留意监督的手法是否合适自己企划的内容。

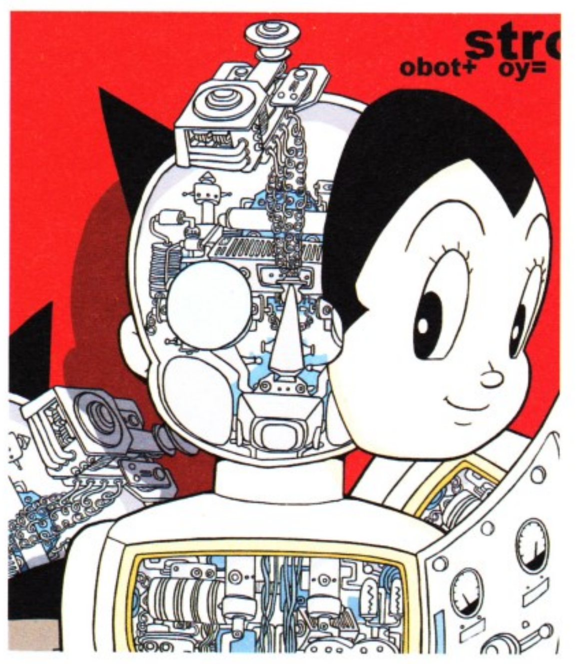
动画监督基本上由三类型职位发展而来的。第一种是以动画人出身的人，这些人经过长年累月的作画，以动画人的身份参与制作过程并吸收制作经验，发展出一套独立风格，然后晋升成为动画监督。比较有代表性的就是享负盛名的宫崎骏老师。第二种是以“制作进行”出身的人。所谓的“制作进行”（又称制作管理），指的是在制作过程中牵针引线的人。由于动画制作的工程十分庞大，需要一名或数名的制作进行负责联系、协调部门与部门之间的交接，制作进行必须全程跟随并实时反映制作中出现的问题。因此，制作进行往往是最了解整个制作流向的人。比如SUNRISE出身的渡边信一郎就是由“制作进行”晋升为监督的。第三种就是完全由零开始的行外人。他们通过自学动画相关知识，自行打拼，将自身的某种专长运用在动画制作之上从而成名。古有手塚治虫，今有新海诚，他们往往都贴上独立动画人的标签。

手冢治虫

独立制作人出身，既是动画监督，又是动画制作人、漫画家。因喜爱昆虫后来使用“手冢治虫”的笔名，当初因为母亲的一句“真的那么喜欢漫画的话，就到东京去吧”从此踏上漫画家之路。他也是日本第一位导入助手制度与企业化经营的漫画家。为了让自己的漫画注入“生命”。1989年2月9日因胃癌，在东京都千代田区麹町半藏门医院逝世，享年60岁。他在逝世前所说的话是“给我铅笔”。

代表作品

《铁臂阿童木》
《三眼神童》
《怪医黑杰克》
《森林大帝》
《神奇的美乐蒙》
《火鸟2772》
《我的孙悟空》



↑手冢治虫曾在1966年的5月号的一处随笔专栏中写道：“铁臂阿童木是我最大的失败作之一，那是我为了金钱与声誉所绘的作品”。

宫崎骏

宫崎骏的名字在国内圈子里可谓无人不知无人不晓，相信关于他的事迹很多观众都是耳熟能详的。1963年进入东映动画公司，1985年与高畑勋共同创立吉卜力工作室，《天空之城》《风

之谷》《鲁邦三世》《魔女宅急便》《龙猫》《千与千寻》等等都是荣获世界高评价的作品。宫崎骏的作品总能以其动人的故事以及纯手工打造的精湛画风渗入观众的内心。宫崎骏自身是个热爱自然的人，在他的作品里经常看到人与自然的相处形态。宫崎骏的作品除了是一部以动画为载体的艺术品外，更蕴含着很多发人深省的信息。

代表作品

《天空之城》	《幽灵公主》
《风之谷》	《千与千寻的神隐》
《鲁邦三世》	《哈尔的移动城堡》
《魔女宅急便》	《起风了》
《龙猫》	

庵野秀明

庵野秀明又是另一个在日本动画界“创造神话”的人。他同样是个爱好机械的人，曾经参与过《超时空要塞》和《风之谷》的制作。在这期间的经验为庵野秀明带来了很多灵感。其后，庵野和赤井孝美等人成立了GAINAX，庵野担当GAINAX的首席动画监督。在推出过《飞跃颠峰》和《海底两万里》两部作品后，庵野将多年储存的“内涵与神秘”能量一次过宣泄在《新世纪福音战士》之上。《新世纪福音战士》中经常出现的“黑底白字”画面更成为了GAINAX的一种象征。庵野的作品喜欢沿用暗示和传说典故，虽然同样会出现难理解的问题，却成功地将观众卷入不断推敲猜测的漩涡里。

代表作品

《海底两万里》	《新世纪福音战士剧场版》
《飞跃颠峰》	《新世纪福音战士新剧场版：序》
《甜心战士》	《新世纪福音战士新剧场版：破》
《新世纪福音战士》	《新世纪福音战士新剧场版：Q》



↑ 1986 年上映的宫崎骏《天空之城》是首部在公开剧院上映的电影动画。



↑ 2001 年在上映的《千与千寻的神隐》，创下约 2350 万观影人次和 304 亿日元的票房收入。



↑ 1995 年由 GANAXI 负责制片的《新世纪福音战士》，由庵野秀明担任监督，剧场版现在仍在不断推出，是跨世纪的大热作品。



↑ 1988 年由 GAINAX 制片的《飞跃巅峰》是庵野秀明担任监督的处女作，是一部以宇宙旅行为背景的青春励志作品。



↑ 1979 年由日升负责制片的《机动战士高达》，由富野由悠季担任监督。建立了长达 30 年以上的“高达历史”根基。



↑ 1999 年开播的高达 20 周年纪念作品《机动战士高达逆 A》是富野由悠季低迷期的作品。



↑ 2011 年由 Production I.G 负责制片的《罪恶皇冠》，由荒木哲郎担任监督。

富野由悠季

拥有“高达之父”之称的富野由悠季可谓是制作大型机器人战斗动画的专业户。自 1977 年其，富野老师平均 1-2 年就会产出一部机战片，1979 年富野由老师打造的《机动战士高达》更是创下了一个持续 30 多年的“高达文化”根基。次年的《传说巨神伊迪安》更为后来的《EVA》带来重大的影响。富野老师的作品一向以深厚、复杂、论理性、多揣摩空间之风格为最大特色，在虚幻的故事舞台里追求人性的真实。虽然经常被人说他的作品难以理解，但另一方面则是增加了作品的思考和想象空间。

代表作品

《机动战士高达》	《机动战士高达 ZZ》
《传说巨神伊迪安》	《机动战士高达C.C.A》
《圣战士 DUNBINE》	《机动战士高达 F91》
《机动战士高达 Z》	《机动战士高达 V》

荒木哲郎

荒木哲郎以凛冽的运镜、明快的剪辑风格著称，被誉为“癫狂美学大师”。荒木哲郎早期更多的是担任分镜和演出的工作，2005 年发售的 OVA《童话枪手小红帽》是荒木哲郎第一部担任监督的作品。自从 2006 年的《死亡笔记》开播后，荒木哲郎便开始累积他“癫狂美学大师”的信仰度。他所执导的作品往往都能成为话题作，继《死亡笔记》后，2010 年的《学园默示录》、2011 年的《罪恶皇冠》以及 2013 年制霸级的《进击的巨人》均是强调死亡的硬派作品。

代表作品

《死亡笔记》	《罪恶王冠》
《黑冢》	《进击的巨人》
《青之文学》	
《学园默示录》	

新海诚

日本中央大学文学部出身的新海诚，于2002年公开独立制作的动画短片《星之声》后开始受到瞩目。优美伤感的意境与雅丽眩目的视觉效果在与天门的音乐相互融合后，成为了瞩目日本动画业界的一股风头。关键在于，由故事到画面，整个制片的过程都全凭新海诚一人独当，而他最有力的助手就是出租屋里的那台电脑。新海诚的作品吸引人的地方，除了在那美轮美奂的画风之外，还有他那些在作品里，若即若离，我走近你走远的“距离感”。

代表作品

《被包围的世界》
《她和她的猫》
《星之声》
《云之彼端约定的地方》
《秒速五厘米》
《追逐繁星的孩子》
《言叶之庭》



↑ 2007 年公开的《秒速五厘米》，由新海诚担任监督、剧本、色彩设定和美术监督。



↑ 2011 年新海诚的试验性作品《追逐繁星的孩子》在业内的评价褒贬不一。



↑ 2013 年新上映的《言叶之庭》，再次回归《秒速五厘米》那种描述爱情距离的故事。

细田守

1999年的《数码宝贝剧场版之光丘事件》是细田守担任监督的导演处女作，也是他开始受到业界关注的作品。自此之后，细田守更专注于制作剧场版动画。随后的《数码宝贝剧场版之我们的战争游戏》更是为他提高了不少知名度。2006年的《穿越时空的少女》将细田守的事业推上高峰。细田守擅长将环境与故事的融合，将人物在“感情”上做得非常细腻。《穿越时空的少女》以及接下来的《夏日大作战》和《狼的孩子雨与雪》，使细田守三度获得东京动画界的“年度动画奖”以及“年度监督”奖。

代表作品

《数码宝贝剧场版之光丘事件》
《海贼王电影版 2005：狂欢男爵与神秘岛》
《穿越时空的少女》
《夏日大作战》
《狼的孩子雨与雪》



↑ 2006 年由 MAD HOUSE 负责制片的《穿越时空的少女》，由细田守担任监督。

↑ 2011 年由 SHAFT 负责制片的《魔法少女小圆》，由新房昭之担任监督。



↑ 2004 年由新房昭之担任监督的《魔法少女奈叶》，其原身竟然是一款工口游戏里出现的小型剧场。



↑ 2006 年由 minori 的游戏改编而成的动画系列《ef》是大沼心担任监督早期的作品。



↑ 2013 年由 Silver Link 负责制片的《魔法少女☆伊莉雅》，由大沼心担任监督。

新房昭之

新房昭之又称“原作粉碎机”，因为在新房监督的作品里很少能看见“正常”的画面，他喜欢使用对比鲜明的颜色以及描写角色身体局部的静止画面，其中最有代表性的是《化物语》系列。由于《化物语》原作就是一部以对话构成为主体的作品，而这一特性在新房独特的表现方式下成为了一种定制风格。新房更是创出了一套彰显个人特色“45 度角仰头”的人物肢体动作。这位由制作里番出身的监督，经常会在动画中插入一些令人意想不到的桥段，当中数《伪物语》中的“刷牙 PLAY”最为经典。

代表作品

《再见！绝望先生》
《魔法少女奈叶》（无印版）
《向阳素描》系列
《化物语》
《伪物语》
《物语系列 第二季》
《吸血鬼同盟》
《荒川爆笑团》
《电波女与青春男》
《魔法少女小圆》
《锁锁美同学＠提不起劲》

大沼心

新房昭之制作的动画不但令观众印象深刻，也令他手下的制作团队“中毒颇深”。在大沼心的作品中很容易找到新房风格的影子，原因在于大沼心曾经是新房班底里的一人。大沼心的作品虽然继承了新房风格的“静止”和“局部”，但也并不是完全套用，大沼心偏走萌向路线。大沼心的特色在于颜色上的使用，他喜欢利用花俏的图案以及颜色组合以突出画面的观赏性。当然，他的这种风格也是有赞有批的。有人认为这样过多地跟随新房的风格，反而没有自己的特点且没有老师做得出彩。

代表作品

《EF—悠久之翼》系列
《C3- 魔方少女》
《黄昏少女 × 失忆》
《恋爱随意链接》
《魔法少女☆伊莉雅》
《丧女》

石原立也

毕业后进入还处于工作室状态的京都动画工作。入社后的几年内从事原画与动画的绘制工作，凭借着 1992 年的《哆啦 A 梦》开始累积演出方面的经验。自从京都动画规模扩张后，石原监督可以发挥的空间变得更大。一直担任演出工作的他，在 2005 年的《AIR》中首次担任监督工作。娴熟的镜头运用技巧使得石原在监督的路上发展很快。KEY 社的另外两部名作《Kanon》和《CLANNAD》均由石原立也担任监督，理由是他本人自称是 KEY 社的粉丝。2006 年《凉宫春日的忧郁》石原立也大胆地采用打；乱构成顺序的手法，让原本小说表现略见平凡的《凉宫》一跃成为当年的大热话题作品。2011 年的《日常》更是化腐朽为神奇。

代表作品

《AIR》
《凉宫春日的忧郁》
《Kanon》
《CLANNAD》
《CLANNAD~AFTER STORY~》
《日常》
《中二病也要谈恋爱》



↑ 2006 年由京阿尼负责制片的《凉宫春日的忧郁》，由石原立也担任监督。



↑ 2011 年由同名漫画改编而成，讲述高中女生们“非日常”的日常，由石原立也监督。

岸诚二

在自代代木动画学院毕业后，岸诚二进入动画公司亚细亚堂。后来加入了 Edgeware，在软件开发部门开发动画制作工具，以及制作游戏动画。在公司成立动画事业部后开始以动画导演身份活动。他最擅长搞笑类制作，以其夸张穿越甚至扭曲的颜艺而闻名。在他的动画里作品往往充满着幽默感，人物之间的互动多在诙谐模式下进行，令观众容易接受。其夸张的人物表情与动作往往是观众们最受用的。

代表作品

《濑户的花嫁》
《天体战士》
《Angel Beats!》
《幻想嘉年华》
《人类衰退之后》
《恶魔幸存者 2》
《弹丸轮破：希望的学园和绝望高中生》



↑ 2010 年由 P.A Works 负责制片的《Angel Beats!》，由岸诚二担任监督。



↑ 2013 年由 PSP 游戏改编的动画《弹丸论破》由岸城二负责监督，大量沿用了原作的元素。



↑ 2013 年由 feel. 负责制片的《南家三姊妹 第四季》，由川口敬一郎担任监督。



↑ 2011 年由 feel. 负责制片的《迷茫管家和懦弱的我》，由川口敬一郎担任监督。



↑ 2012 年由 TMS Entertainment 负责制片的《元气少女缘结神》，由大地丙太郎担任监督。



↑ 2001 年由 Studio DEEN 负责制片的《水果篮子》，由大地丙太郎担任监督。

川口敬一郎

川口敬一郎是以动画师出身的监督，经历过原画、作画监督和演出等职位后晋升为监督。或者是因为经历过的职位多，川口敬一郎喜欢亲力亲为。逢是自己监督的作品，他都会亲自参与话分镜和演出。川口敬一郎同样是一名在诙谐搞笑方面有才华的监督，他所执导的作品都以轻松搞笑节奏稳定著称。为了更好地达到搞笑气氛，他更尝试过担任音响监督，但后来发觉自己不是那块料，还是乖乖地做演出和分镜。

代表作品

《旋风管家》　《猫愿三角恋》
《月面兔兵器米娜》　《迷茫管家与胆怯的我》
《萌单》　《南家三姊妹 第四季》

大地丙太郎

中学时代热衷于历史剧，受了赤冢不二夫的《阿松》极大影响。从东京摄影大学毕业后，他进入 ANIMATION FILM 做了五年的摄影后返回动画界，担任了制作进行以及演出的工作。在《福星小子—求你说爱我—》中担任过摄影监督后，1995 年的《守护天使莉莉佳》中作动画监督的正式出道。他的作品中经常出现高速度的对白，甚至插入一些与剧情无关的滑稽镜头等手法运用在作品中。他在搞笑方面的才华并没有影响他对于作品的细腻拿捏。大地丙太郎在 2001 年的《水果篮子》和 2012 年的《元气少女缘结神》中，对于少女动画的表现是有目共睹的。

代表作品

《守护天使莉莉佳》　《搞笑漫画日和》系列
《十兵卫》　《我们的存在》
《水果篮子》　《元气少女缘结神》
《我们这一家》　《嘟嘟猫观察日记》

水岛努

水岛努监督是个非常有趣的人。他当初的志愿是成为音乐教师，却在高中毕业后四处流浪。由于与另一名同姓“水岛”的监督水岛精二被人误以为是两兄弟，结果两人在网上经常以“大哥”、“兄长”相称。水岛努的作品范围十分广，由《王牌投手 振臂高挥》的运动系到《侵略！乌贼娘》、《恶魔阿萨谢尔在召唤你》的搞笑系再到《Another》的恐怖系，甚至是《少女与战车》的军事 x 萌娘系都有份参与。别看他很博爱，对于作品的要求却是十分严谨的。在《阿萨谢尔》里除了要求尽可能将原作的黄腔收录之外，甚至要求声优模仿剧中人物进行配音。

代表作品

《侵略！乌贼娘》
《BLOOD-C》
《Another》
《奇迹少女小鸠》
《现视研》
《少女与战车》
《恶魔阿萨谢尔在召唤你》

元永庆太郎

元永庆太郎在国内出名的原因竟然是由于他多次参与后宫动画的制作。他最早从事的是演出和分镜的工作，早期的《机动警察》也有他的参与。元永庆太郎作为监督的处女作是 2001 年发售的 OVA 动画《Malice@Doll》，之后还为几部里番当过监督。基本上由 2004 年到 2009 年间，元永庆太郎都一直在做后宫动画的监督，当中还包括有名的《School Days》。不得不提的是，元永庆太郎竟然会大胆地为《SD》制作原创的结局，还闹出了“好船”一艘，实在是功劳不少。而《军火女王》和《银河机攻队》这类型硬派印象的作品则能让观众对他改观，但一些里番的要素还是少不了的。

代表作品

《School Days》
《染红的街道》
《游魂 -Kiss on my Deity-》
《军火女王》
《约会大作战》
《银河机攻战队》



↑ 2012 年由 Actas 负责制片的《少女与战车》，由水岛努担任监督。



↑ 先后于 2010、2011 年开播的两季《侵略！乌贼娘》，由 Diomedia 负责制片，水岛努担任监督。



↑ 2013 年由 AIC PLUS+ 负责制片的《约会大作战》，由元永庆太郎担任监督。



↑ 2008 年元永庆太郎监督的“名作”《School Days》改编动画采用了原创的结局，观众们一致好评。

脚本 · 系列构成

脚本也就是剧本，“脚本”一次来源于日语汉字的直接沿用。动画的主体就是故事，而如何将一个故事制作成动画，需要以剧本作为根基。动画剧本是根据故事的原案（文案）或是根据漫画、小说、游戏的情节改编而成的。把记载在漫画、小说或者是游戏里的情节信息通过自己的理解以及精简，转换成适合用于画面制作的文字的就是剧本家的工作。剧本家大部分是文科出身，也有些凭借文字天赋自学成才的，也有一小部分是通过长年累积经验，从演出、监督甚至是原画师转型成为剧本家的人。

系列构成是由日语“シリーズ構成”翻译过来的。日本动画习惯把一部完整的TV动画称为“系列”，因为日本动画是以“部”（相当于“集”）为基本单位的，所以一套十二、三集或更多的TV动画会称之为TV系列。而系列构成的意思就是指所有TV动画每一集剧本的总构成。实际上一套TV动画基本上由数名剧本家合理撰写剧本的，系列构成的担当者在这里的角色就是负责将一个大剧本拆散成各个小剧本，然后分派给每个剧本家独自完成该当部分。系列构成还需要对所有小剧本进行统合、整理及进行相应的修改。系列构成也就是中文意思的“总编剧”。

负责总编剧的剧本家一般会被直接称呼为“系列构成”，系列构成在剧本家队伍里同时还有担当大剧本主写手的任务。大家可以将系列构成理解为剧本方面的监督，是动画剧本家生涯中的一个上位职称，一般是经验十足的剧本家才有机会担当系列构成。不仅如此，作为系列构成，同时还需要在剧本上考虑商业因素。比如有手办生产商为某个角色制作了一件新手办并预计在某月某日上市，这时候系列构成有可能需要考虑到手办的上市时间，刻意将这个手办的角色的登场场景延后，使这个角色在电视上登场时间与手办上市的时间同步。这种通过文字进行的商业操作便需要到经验足够的剧本家。

大河内一楼

既是小说家也是剧本家。大学毕业后的大河内一楼误打误撞地进入了富士见书房打工，后来竟以《少女革命》的小说版出道了。后来由被富野由悠季诱导成为了《Turn A 高达》的剧本家。著名的《叛逆的鲁鲁修》以及大热的《革命机 Valvrave》便是由他担当系列构成的。



↑ 2007年由J.C.Staff制片的《死后文》由大河内一楼负责系列构成以及剧本。剧情安排不像以往那般峰回路转，反而有种淡淡的治愈感。



↑ 2013年由日升负责制片的《革命机 Valvrave》，由大河内一楼担任系列构成。超展开的剧情在某种层面上不逊于当年的《叛逆的鲁鲁修》。



↑先后在2006、2008年开播的《叛逆的鲁鲁修》，由大河内一楼负责原案及系列构成。

虚渊玄

提起爱的战士，没人不会联想起虚渊玄这个动画界的传奇人物。老虚的剧本里总是以“牺牲者”著称。在执笔担任动画剧本家前，老虚曾经制作过《鬼哭街》《沙耶之歌》这类型猎奇作品的剧本。近期的代表作有《魔法少女小圆》《心理测量者》（原案）《翠星的伽鲁冈缇亚》。



↑ 2012 年由 ufotable 负责制片的《Fate Zero》，其原作小说是虚渊玄执笔撰写的。

吉田玲子

吉田玲子的剧本最大的特色在于不论是平静如水的日常生活，还是身处于战场的紧张环境中，她总能将手里的角色写出萌点。反正，有吉田玲子名字出现的地方，肯定有软绵绵的日常对话。吉田大妈以高产著称，代表作有《K-ON》《少女与战车》《玉子市场》《有你的小镇》。



↑ 2009 年由京阿尼负责制片的《K-ON》，由吉田玲子担任系列构成。吉田玲子无疑是推动“日常系”动画风格潮流的一人。

冈田磨里

冈田磨里是近期比较受关注的脚本家。她在描写少年少女心理方面非常细腻，而写作风格方面最大的特色在于“欲言又止”。冈田很喜欢将人物的对话中最核心的部分留白，因此冈田的作品往往能给人自行摸索的空间。代表作《龙与虎》《真实之泪》《我们仍未知道那天所看见的花的名字》《樱花庄的宠物女孩》。



↑ 2008 年由 P.A Works 负责制片的《真实之泪》，由冈田磨里担任系列构成。

花田十辉

花田十辉的祖父是著名日本作家、评论家花田清辉，可谓是文学世家长大的人。也许是来自祖父的影响，花田十辉的写作风格十分大胆，经常凭借自己对作品的印象加入原创内容。早期的《蔷薇少女》系列《偶像大师 XENOGLOSSIA》最为经典。近年的代表作《日常》《命运石之门》《中二病也要谈恋爱》。



↑ 2011 年由 White FOX 负责制片的《命运石之门》，由花田十辉担任系列构成。

小林靖子

近期的《进击的巨人》让业界再次关注这个既有参与动画剧本，又有参与特摄片剧本的小林靖子。虽然已经是位中年女性，但小林靖子对战斗系作品情有独钟，她参与的作品大部分都以战斗场面为主导的。近期代表作有《灼眼的夏娜》系列《JOJO 的奇妙冒险》《进击的巨人》。



↑ 2005 年由 J.C STAFF 负责制片的《灼眼的夏娜》，由小林靖子担任系列构成。

奥寺佐渡子

一般关注 TV 动画的观众很少会听见奥寺佐渡子的名字。这位曾经以诗人身份出道的剧本家，几十年来就只有参与一部电视动画的剧本，但这完全不影响她作为动画剧本家的辉煌成绩。她负责剧本的作品如《穿越时空的少女》《夏日大作战》《狼的孩子雨和雪》等全是获得日本年度剧本奖的大作。



↑ 2012年由MAD HOUSE负责制片的《狼的孩子雨和雪》，由奥寺佐渡子担任剧本。

吉野弘幸

毕业于早稻田大学第一文学部的吉野弘幸，大学时曾是大河内一楼的社团学弟。在德间书店的《Animage》上当作家。在这之后，接受日升动画的古里尚丈建议而成为编剧。他担当系列构成的《舞 -HiME》、《Macross F》均是占尽一时风头的作品。近期代表作有《罪恶王冠》《加速世界》。



↑ 2012 年由日升负责制片的《加速世界》，由吉野弘幸担任系列构成。

浦畑达彦

浦畑达彦的名气并不高，但确确实实是个拥有丰富经验的剧本家。浦畑达彦最初担当的是演出的工作，随后转型为剧本家。转型后不久就当上了系列构成。他的作品并不出彩，却是十分稳定，温火适中。近期代表作《天才麻将少女》《我的朋友很少》《夹在女友和青梅竹马间的惨烈修罗》。



↑ 2013 年由 A-1 Pictures 负责制片的《夹在女友和青梅竹马间的惨烈修罗》，由浦畑达彦担任系列构成。



荒川稔久

荒川稔久同样是身兼特摄片和动画剧本的剧本家。他参加过由剧本家小山高生开办的动画剧本课程。荒川稔久早期的作品多数以女性角色担任第一主角，2000年代中期尝试新的剧本风格。像《缘之空》这样内涵的剧本就是他负责写的。代表作为《狼与香辛料》《枪械少女》《听爸爸的话》《魔王勇者》。



↑ 2012年由Arms负责制片的《魔王勇者》，由荒川稔久担任系列构成。

高山克彦

高山克彦早期多半参与机战类的作品，近年喜欢与“新房一族”的STAFF合作。重点是这位剧本家的产量十分高，在他担当系列构成的作品中，基本超过八成的剧本都是由他亲自完成的，《EF—悠久之翼》两部、《笨蛋测试召唤兽》第一季全部剧本都由他一手完成。代表作《未来日记》、《黄昏乙女×失忆》。



↑ 2010年由Silver Link负责制片的《笨蛋测试召唤兽》，由高山克彦担任系列构成。

伊藤美智子

不知道是巧合还是怎样的，伊藤美智子担当的《樱花庄的宠物女孩》（剧本）与《变态王子与不笑猫》（系列构成）中屡次出现了像“参鸡汤”和“韩国偶像”等韩国元素先后引起了日本网民的争议。但根据一般的制片过程，伊藤美智子可能只是躺着中枪。近期的代表作《萝球社SS》《穿透幻影的太阳》。



↑ 2013年由AIC负责制片的《穿透幻影的太阳》》，由伊藤美智子担任系列构成。

志茂文彦

志茂文彦曾经在吉卜力工作室担任《再见萤火虫》的制作进行，随后转投剧本家的工作。2000年前期的《全金属狂潮》系列以及KEY社的三大作《AIR》《Kanon》《CLANNAD》都是由他负责系列构成的。近年代表作《IS〈Infinite Stratos〉》《恋爱随意链接》《金色时光》。



↑ 2010年由负责制片的《 Infinite Stratos》，由志茂文彦担任系列构成。

黑田洋介

曾经大学中退的黑田洋介经历过杂志编辑、游戏剧本的工作后投身动画剧本工作。2002 年的《拜托了！老师》给出了一致的好评。黑田洋介参与的作品范围很广，有少女漫画型的《蜂蜜与四叶草》也有硬派的《幻灵镇魂曲》。近期代表作《BTOOOM！》《在盛夏等待》《军火女王》。



↑ 2009 年由 Bee Train 负责制片的《幻灵镇魂曲》，由黑田洋介担任系列构成。

仓田英之

仓田英之经常与黑田洋介合作。他曾经因为对动画制片体系的不满，宣称在 OVA 动画《R.O.D -READ OR DIE-》后引退，后来在 TV 动画《R.O.D -THE TV-》中复出。在他的作品里经常出现一些性格超脱的怪咖。近年代表作《我的妹妹不可能这么可爱》系列《只有神知道的世界》系列《神薙》。



↑ 2010 年由 AIC 负责制片的《我的妹妹不可能这么可爱》，由仓田英之担任系列构成。

猪爪慎一

猪爪慎一经历了 7 年的特摄片剧本家生涯后转型为动画的剧本家，转型后的第二部作品中便担任起系列构成的职位。他担当系列构成的第一部作品是与武上纯希联名的《旋风管家》。猪爪慎一与监督的川口敬一郎关系不错，二人经常合作。近期代表作《THE UNLIMITED 兵部京介》《献给某飞行员的恋歌》。



↑ 2007 年由 J.C Staff 负责制片的《旋风管家》第一季，由猪爪慎一担任系列构成。

横谷昌宏

横谷昌宏与吉田玲子是同级同学，曾经参加过日本剧本家协会举办的剧本讲座。他于 2006 年首次担任系列构成，作品是《Keroro 军曹》的第 3 季动画。吉田玲子的特色是日常对话，而横谷昌宏的特色就是节奏明快的笑点。近期代表作《武装神姬》《打工吧！魔王大人》《Free！男子水泳部》。



↑ 2013 年由京阿尼负责制片的《Free！男子水泳部》，由横谷昌宏担任系列构成。

演出・分镜

演出是一个比较容易让人混淆的职称，原因是中文字中的“演出”一般是指在电影或电视剧里出镜，但动画何来演员呢？演出实际上与监督有着同样的性质。监督在整部动画中担当导演的角色，但由于 TV 动画会由很多集构成，每一集动画的制片时间都需要固定的周期。为了分担监督的工作，便出现了“演出”这个职位。演出是在监督的方针下，对其负责的动画集数进行演绎指导的人。

演出工作包括向作画队伍解释分镜的用意和制作方针，与美术监督沟通背景制作，与音响监督商量如何将音乐与画面相互融合。在 OVA 或剧场版动画中，多数会由监督亲自担当演出。简单而言，演出就是对应每集动画的导演。以往，分镜一般是由演出自行绘制的，但随着分工体系的细化，现在会专门设立了分镜的职位。分镜制作者是在演出的指导下动笔。

武本康弘

京阿尼的董事之一，是京阿尼有名的多能型监督，但更偏向于制作分镜和演出，大部分的京阿尼动画都有他的参与。武本康弘是以原画师出身的，后来主要担任演出和分镜的工作，镜头运用很有意境，OP/ED 的表现力更是相当有特色。最近参与作品《Free! 男子水泳部》、《玉子市场》、《中二病也要谈恋爱》。



↑ 2003 年由京阿尼制片的《全金属狂潮 校园篇》是武本康弘首次担任监督及演出的作品。

喜多幡彻

喜多幡彻一直都默默无闻，1999 年便开始担任演出的他，参与过不少知名度高的作品的演出，他有份参与 2003 年上映的柯南剧场版《迷宫的十字路口》，2010 年的第一季《我的妹妹不可能这么可爱》、2011 年的第一季《我的朋友很少》中都有参与演出和分镜，《友少》第二季更担起了监督。



↑ 2013 年由 AIC Build 负责制片的《我的朋友很少 NEXT》，喜多幡彻由演出升级为监督。

山内重保

山内重保是一个比较早期的监督，热血系的知名作品《圣斗士星矢》、《龙珠 Z》、《ONE PIECE》中大部分的演出工作都是由山内重保担任的，他因此而成为了日本动画界中知名的演出。他的作品也为后辈的细田守多等名监督带来了很大的影响。2013 年的《有你的小镇》由他担任监督。



↑ 2013 年由 GONZO 负责制片的《有你的小镇》，由山内重保担任监督兼演出。

↑担当构图师可以说是 animator 的一个中阶段提升，需要经验和实力有一定程度人。


↑作画监督可以称得上是 animator 的一个高级职位。有一些作画监督甚至会转型为演出、监督等更高级别的职位。



↑ 2012 年中国电影股份有限公司、日本 MADHOUSE 动画公司等联合制作的以藏獒犬为主角的作品《藏獒多吉》就出现了动物作画监督，由尾崎和孝担任。

Animator 概述

“Animator”的直译就是“动画师”，日语写法是“アニメーター”。为避免混淆，这里意表“作画者”。基本上，所有参加作画环节里的人都可以称呼为“animator”，它更像是一种参与作画的所有人的统称。凡是需要到“作画”的，都被称之为“animator”。根据职责可以细分为以下几个职位：原画师、动画师、构图师、构图作画监督、动画检查、角色设定、机械设定、物品设定、作画监督、机械作画监督、总作画监督。

理所当然地，animator 也是有等级之分的，头衔决定了经验和实力，以及业界对其的肯定。一般处于最低级别的是动画师，其次就是原画师。在原画师的范围里还有第一原画和第二原画之分，第一原画和第二原画的名单一般是规分开的。第一原画主要是有一定经验的发挥稳定的画师，也就是“正规军”，而第二原画就是一些新人，或者是刚从动画师升级上来的人，相当于“实习正规军”。

Animator 在原画师这个阶段累计了足够经验后便可分支发展，他们根据自己擅长的方面或爱好，转型为设计类的工作或继续锻炼原画技能。设计类的主要是角色设定、物品设定以及机械设定。而原画师在经验足够后，可以升级为构图师，再升级为构图作画监督，再进一步提升的就是作画监督了。当作画工作量庞大，需要任命数个作画监督的时候，会在作画监督之中挑选最有实力的担当总作画监督。然而，目前已经很少为构图师及构图作画监督给出专门的职称了，构图师一般就是原画队伍里经验最丰富的那一群，而构图作画监督会由作画监督兼任。还有一些非固定的设定类或作画监督类型职称会因应作品内容而定，例如什么视觉导演、动物设计动画作画监督等等。

角色设定 · 作画监督

角色设计分为两种，一种是专门在企划阶段为动画企划文案准备的角色原案，另一种是专门

用来制作动画的角色设定。角色原案一般只给出故事中的核心角色，而角色设定就必须设计包括剧中跑龙套的所有角色。改编动画的情况下，一般是在决定监督前就率先定下角色设定，而原创动画由于需要角色原案，一般会先决定了监督后，在监督的意见下创作角色原案。角色原案与角色设定虽然性质不同，但本质工作是不变的。角色设定与原案在设计时必定会绘制出角色的全身造型，包括正面反面，以及不同场合下的衣着和喜怒哀乐的各种表情。角色设定一般会寻找有经验的原画师进行设计，而角色原案一般会由非动画原画师的漫画家、插画师等人士绘制，原因是漫画家以及插画师的作风一般会脱离“动画”这个框架，这意味着他们更容易设计出拥有独家特色的人物。

作画监督顾名思义就是作画方面的监督，也就是在作画方面把关的角色。作画监督是在监督或演出的旨意下，管理好原画、动画队伍的画面质量，包括构图是否合适，原画是否与角色人设存在分歧，角色的“演技”是否合适，人物的动作是否合符实际等等。作画监督还有一项十分重要的工作，那就是修图。不要以为打着监督的头衔，作画监督就只是指手画脚不用干事的领导。实际上，作画监督有可能是一个原画团队里最忙不过来的人。由于作画过程是数十人合作的工序，每位原画师、动画师的作画功力都是有出入的。而作为把关的作画监督，就必须在原画、动画出现走型或与原设定分歧较大的画像进行修改。一般作画监督都是长时间坐在画桌前，一手拿笔一手拿橡皮擦埋头苦干的人。

高桥久美子

高桥久美子可谓动画界的名人之一。虽然她的作品数目并不多，而且起多半是担任作画监督，但她的好几部作品成就了一代人的回忆，如 1987 年《城市猎人》，1998 年初代萌王木之本樱就是由高桥久美子担任动画人设的。代表作《魔卡少女小樱》《禁猎魔女》《机动战士高达 UC》。



↑ 1998 年由 MAD HOUSE 负责制片的《魔卡少女樱》，由高桥久美子担任角色设定，是一代人的记忆。

贞本义行

如果从漫画开始接触《EVA》的同学很可能会认为贞本义行是漫画家出身的。其实正好相反，贞本义行是在为《EVA》绘制人设时，闲时没事干跑去画漫画后来真的就成为了一名漫画家。在《EVA》之前，贞本义行还参与过《海底两万里》的人设。《穿越时空的少女》《夏日大作战》《狼的孩子雨和雪》就是贞本义行担当人设的。



↑《新世纪福音战士》由贞本义行担任人设的。普遍认为，漫画版才是原汁原味的《EVA》。

堀口悠纪子

提起京阿尼的人设，不得不提的人有两个，其中一个是堀口悠纪子。这位毕业后就进入京阿尼工作的原画师，藉着《幸运星》晋升为角色设计。不论男女，她的画风总是偏向柔和、稚气、可爱婴儿肥的风格，在《K-ON》《日常》《玉子市场》这几部京阿尼典型日常系萌剧中，便能发现堀口悠纪子的标志性的画风。



↑ 2013 年由京阿尼负责制片的《玉子市场》，由堀口悠纪子担任角色设定。典型的轻音脸。

池田和美

另一位必须提的京阿尼人设就是池田和美。这位画工十分了得的画师，在当上原画师不久后便晋升为作画监督。她监督作画的众多动画都有令人满意的表现。圆润、饱满的线条是池田和美的特色。她的代表作有《Kanon(2006)》《CLANNAD》、《CLANNAD ～ After Story ～》《中二病也要谈恋爱》。



↑ 2012 年由京阿尼负责制片的《中二病也要谈恋爱》，由池田和美担任角色设定。池田和美的人设就是典型的京阿尼风格。

关口可奈味

留意 P.A Works 出品动画的观众应该会关注到关口可奈味这个名字。关口可奈味 1994 年进入 Production I.G 担任原画师然后在 1999 年独立并第一次担任角色设计，作品是《荒野兵器》。关口可奈味近期主要以P.A Works为据点，代表作有《真实之泪》《花开物语》《TARI TARI》《RDG 频临绝种少女》。



↑ 2011 年 P.A Works 负责制片的《花开物语》，由关口可奈味担任角色设定。P.A 的作品辨识度高与关口可奈味的关系颇深。

西田亚沙子

西田亚沙子是一名十分有经验的原画师，她的画风以妖艳、妩媚著称，能把藤和艾利欧这样的电波女画出娇态万千可真是一件了不起的事情。也许是出自她有自己一套画风的缘故，她更倾向于作画而非监督，尤其是绘制 OP 原画。代表作有《电波女与青春男》《七人的娜娜》《Love Live!》。



↑ 2011 年由 SHAFT 负责制片的《电波女与青春男》，由西田亚沙子担任角色设定。人设和作画都十分赞。

平井久司

对于平井久司的人设的统称就是“平井脸”。2002年《机动战士高达SEED》的火爆乃是“平井脸”传说的开端。平井久司的人设堪称为“最容易辨认的人设”，每次只要由他来担当人设，必遭网民讨论，褒贬却是不定数。代表作《机动战士高达SEED》《苍穹之FAFNIR》《银河机攻队》。



↑ 2002年由日升负责制片的《机动战士高达SEED》是“平井脸”的代表作。

足立慎吾

足立慎吾是典型的动画师升级原画师升级作画监督再升级角色设计的实干型人士。长年累积的作画经验，使足立慎吾以作画功力稳定而著称。但他的包括角色设计在内的原画都偏幼齿型。比较典型的是《迷糊餐厅》和《刀剑神域》这两部作品。顺带一提，他的妻子是同为作画监督、人设的饭冢晴子。



↑ 2012年由A-1 Pictures负责制片的《刀剑神域》，由足立慎吾担任角色设定。

渡边明夫

渡边明夫是一位有着很长作画经验的萌系画师，他作为绘师，特色就在喜欢为人物添上虎牙或者在膝盖上加些创可贴又或是身上添加小饰品什么的，当中最为经典的必定数《化物语》里的忍野忍。近些年经常参与SHAFT的动画，代表作《只有神知道的世界》《化物语》《物语系列 第二季》。



↑ 2009年由SHAFT负责制片的《化物语》，由渡边明夫担任角色设定。

坂井久太

虽然名字看上去是名男性，但实际上是位女性画师，而且喜欢绘制百合系的插画。画风偏向圆润可爱型。坂井久太是传说中能使用“二刀流”的人，单手同时拿起铅笔和颜色笔，一边画线一边加阴影的画师。近期代表作有《寒蝉鸣泣之时》系列《命运石之门》《散华礼弥》《新作蔷薇少女》。



↑ 2013年由Studio DEEN负责制片的《新作蔷薇少女》，由坂井久太担任角色设定。

机械设定 · SF/军事考证 · 物品设定

机械设定即英文“Mechanical Design”，指在动画中，负责登场的机械人、车辆、武器之设计的人员。机械设定不但要画出机械的外形，甚至对机械的构造，局部结构、运作模式，运动方式、启动原理、兵器构成等等细节上的设定都要做充分。需要到机械设定的作品，一般是以机器人、战舰、战斗机、武器、宇宙飞船等战斗或非战斗系机械为主题的作品。机械设定这个专称并不是一开始就有的，上世纪中叶，日本动画开始发展的时期还没有专门的机械设定，当初均是由美术监督或 animator 来担任的。直到 1970 年代末，日本大型机器人动画——机战片开始兴起的时候，机械设定这个名衔才正式出现。

第一位正式的机械设定师是凭借《机动战士高达》而闻名的大河原邦男。其实，在制作《高达》之前，大河原邦男早就设计了一大堆大型机器人，什么“超电磁机器人 波鲁吉斯 V”、什么“无敌超人赞波 3”、什么“无敌钢人泰坦 3”等都是日本孩子才有的童年回忆。《机动战士高达》之所以能让大河原邦男闻名，除了故事内容自身因素之外，还有大河原邦男在高达世界观里灌输的“真实系”的理念。与过往设计的机器人相比，“高达”在对于机体结构、动力源等方面进一步与现实结合。驱动机体的动力源并不是什么来自地底三千尺的不明光线，而是通过核动力驱动的，这种设定正好捏中了高年龄层的口味。《机动战士高达》在经过了腰斩然后再重播，反复的媒体曝光后获得了爆发性的人气，以高达为主的机动战士（MS）成为了机械迷新追捧、研究的对象。自此，机械设计师这个职称在机战系动画中便占有重要的成份。

在机械设定这个职称出现的初期，比较有名的是大河原邦男、宫武一贵、村上克司这三位。大河原邦男是学设计出身的，宫武一贵是写 SF 小说的，村上克司是玩具设计师，由于三人都是非animator 出身的，因此后来业界达到了共识，机械设定必须由拥有相关专业知识的人士来担任。

自从《机动战士高达》成为了社会现象后，它的名气也引来了一些军事或 SF 相关专场的人士提出质疑。SF 作家高千惠遥对作品中的 MS 和新人类（New-type）提出了质疑，并以 SF 考证的观点来对作品整体进行评价。于是便卷起了一场称之为“高达 SF 论战”的议论话题。

SF 考证是一种在作品中追求真实性的行为。例如是一部作品中出现了超乎现实科学理论的现象或动作时，需要架空设定一套用以弥补的技术或者是理论。一方面的目的是让观众更好地融入世界观，另一方面是避免出现“直升飞机在宇宙空间中飞行”这种荒唐无稽的现象。虽然说 SF 是只存在于幻想空间的东西，但站在观众立场上，看到一些极其不科学的事情时，往往会流失对作品的兴趣。军事考证是针对作品中大量出现真实军事兵器或战争行为，目的是为观众带来更多的投入感。

物品设定与机械设定同理，当作品中大量出现小道具时需要安排专门人士进行物品设定。比如《命运石之门》里，冈部伦太郎所发明的“未来道具”就必须由专门的物品设定来进行制作。相对而言，物品设定不需要像机械设定、军事考证那般必须具备充分的科学知识，关键是要把作品中登场的物品做得合理，做出特色。



↑发展至今，尤其是机战类主题的作品，机体设定已经成为了一依附在作品上的卖点。受欢迎的机体设定乃是模型生产商的一大挣钱机器。

作画阵

构图师

从分镜那里拿到了分镜表后必须进行一个重要的工序，那就是根据分镜的内容进行构图。构图是作画环节的第一个关口，也是最重要的一个。以往会有专门设立构图师的职位，构图师必须有很强的理解能力以及对画面布局的表现力。根据分镜内容，按照演出的指示，构图师会率先绘制一张角色与背景并存的草图，这张图的配置会直接影响成品的质量，因此构图师必须具备充分的能力。若非特殊情况，现在普遍做法都是由有足够经验的原画师担当构图，不会特意设立构图师一职。

原画师

原画是指动画创作中一个场景动作之起始到终点之间数个关键的画像，以线条稿的方式画在纸上。负责绘制原画的人就是俗称的原画师，绘制原画的人又被称为“キーアニメーター”（key-animetor），意思就是负责关键画像的人。

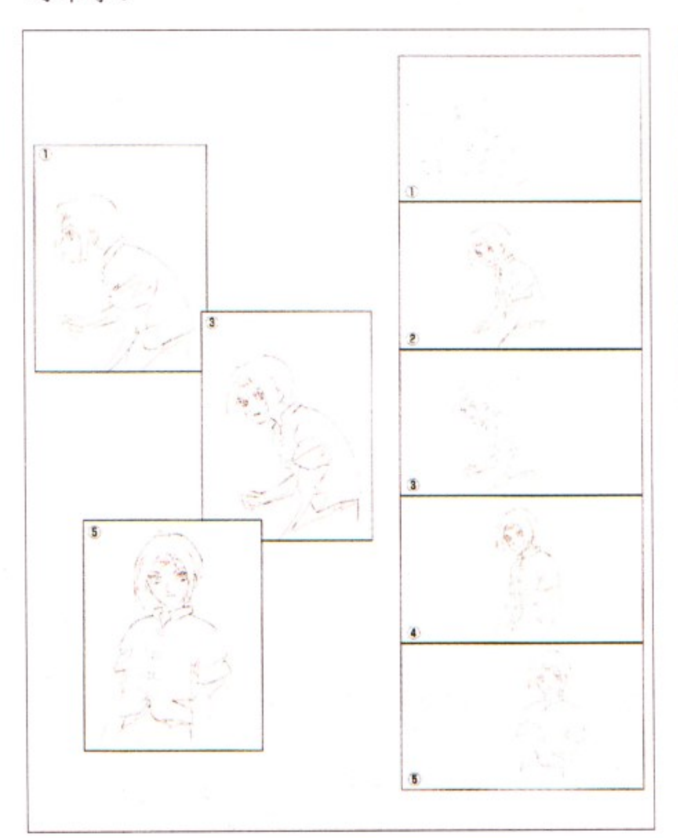
“原画”一词本身是指一张静止画像，是偏向概念型的画像。传统意义上，原画是指有背景有人物的静止画。而将原画概念引入动画制片之中的，就是有日本漫画之父之称的手冢治虫。原画决定一套动画的节奏、走向、幅度以及镜头运用的模式，是构成作品画面的关键。因而需要大量的原画师参与作画。也就是说，原画师阵容是整个制片流程中人数比例最大的。

动画师

动画师的工作是针对原画师给出的原画，绘制出原画与原画之间的过度的画，也就是俗称的“中间画”。由于原画在一套动作中占据着“关键”的位置，因此动画师的工作责任比原画师稍微低一点。所以，动画师在作画的连环中处于最低级别的位置，一般由新人画师担任，方便他们累积经验。同时，动画师还需要为原画师绘制好的原画进行成为“clean up”的工序，这一步是为了方便以后将原画、中间画制作成连贯画像而准备的。

动画检查

动画检查是一个职位，大家可以理解为动画师的上位职业。动画检查的工作顾名思义，就是为绘制好的动画——中间画进行检查。检查的关键在于原画与原画之间的衔接是否合理，比如是中间画的人物水平位置是否准确，肢体动作是否合理等等。动画检查是作画阶段的最后一个步骤，与下一步的上色有着紧密的联系。动画检查必须确保自己这一关不会对接下来的工序带来影响。同时，由于动画师都是一班经验半桶水的新人，动画检查还身兼动画师指导的工作，责任可不小。



↑左右两组图分别是原画和动画。左侧可见原画乃人物一套动画中的三个关键姿势（①③⑤），而要将其制作成一套连贯的动作，就必须在三张图之间添上中间画（②④）。



↑久石让的音乐引起了日本动画业界对动画配乐的重视程度。同时，久石让也是早期能以动漫配乐为主题举办大型音乐会的音乐人。



↑菅野洋子印证了日本动画配乐的音乐人拥有足够实力跨界发展的事实。上图为经典作品《狼雨》的 OST 封面。



↑鹭巢诗郎为《新世纪福音战士》制作的配乐，展现出动画音乐的多样性和抽象领域。

音乐

这里的音乐主要指用来衬托动画情节的配乐，也就是简称 BGM。任何影音作品都离不开 BGM，一首好的 BGM 更能为作品画龙点睛，令优秀的场景更加深刻难忘。日本动画总体水平远胜与其他国家的动画，很大的因素是来自于动画的配乐。

一部动画的 BGM 少则十余首，多则上四五十首。即便普遍 BGM 的长度只有常规歌曲的一半或更短，但音乐人在为动画配制音乐时，往往要制作比实际采用的音乐数量超出很多。同时，BGM 必须是配合画面的前提下制作的。在正式制作音乐前，音乐人会与监督、音乐监督商讨作品需要什么风格的作品，或者需要音乐来凝造怎样的作品气氛，这意味着，音乐制作并不是一件简单的事情。因此，音乐人在动画制作中的地位一点也不能忽视。

OP、ED 音乐的制作与 BGM 制作的工序相似，但由于歌曲本身不需要像 BGM 那样，与画面起到紧密的联系，一般歌曲的制作过程会相对独立。

久石让

知道宫崎骏的人都知道久石让。1984 年的宫崎骏电影《风之谷》舍弃了原先的配乐名单，选择了久石让担任配乐，自此便开始有了"宫崎骏的画久石让的音乐"的黄金组合。久石让与宫崎骏的合作，成功将交响乐与动画作品结合的做法推上了一个新高度，《君をのせて》更是传颂数十年的名曲。

菅野洋子

菅野洋子是日系西洋乐音乐人中的代表人物之一，爵士乐、古典乐、电子乐、交响乐、流行乐甚至是歌剧，菅野洋子在西洋音乐上的造诣非常深。菅野洋子以游戏配乐出身，电影、电视剧、纪录片、广告等各方面的音乐制作都有她的身影。除了创作之外，还会以 Gabriela Robin 的身份亲自演唱。

鹭巢诗郎

随着 EVA 的新剧场版登场，鹭巢诗郎的名字再一次受到关注。当年鹭巢诗郎为 TV 动画及剧场版动画《新世纪福音战士》配制了超过 80 首配乐堪称一时的经典，大胆利用西方古典乐进行重编以及堪比“冲击”的磅礴气势，是当年 EVA 能够成为传世经典的一大重要因素。

泽野弘之

泽野弘之不论在配乐界还是他自身都是一个年轻的存在。早期泽野弘之的配乐多数用于冷番之中。直到 2010 年，自认是高达迷的泽野弘之为《机动战士高达 UC》制作的配乐使这名年轻的音乐人广受关注。浩荡而直击听者内心深处的炽热音符使其获得了大神的称号。



↑泽野弘之是目前动画音乐界中的一支生力军。《机动战士高达 UC》《罪恶皇冠》《进击的巨人》等大热作品都有他的参与。

梶浦由记

另一位动画配乐界中被称为大神的人是这位有着名为“FictionJuntion”歌姬后宫团的梶浦由记。梶浦由记的音乐，最大的特色在于和声的使用。高、中、低音域均由专属的歌姬以自创的“梶浦语”进行和声。虽然她的音乐普遍被称为黑暗系的作品，但她本人完全不这样认为。



↑梶浦由记可以称得上是当今动画音乐人之中，最具个人音乐特色的其中一员。

神前晓

神前晓可以算是比较宅向的动画配乐制作人。他的音乐容易被人接受，可以是开朗活泼、顺耳悦耳的，也可以为《物语系列》配出一些光怪离奇的乐曲。神前晓在为动画制作 BGM 的同时，也很乐意创作 OP、ED 或插入曲。与作词家畑亚贵曾被合称为“动画音乐界的黄金组合”。



↑神前晓的音乐是相当多样性的，可萌、可日常亦可严肃，深受宅人喜爱。

光宗信吉

光宗信吉擅长古典系音乐与现代流行音乐相结合的形式，观众经常称赞光宗信吉的音乐与动画场面的同步率。他为《蔷薇少女》（新 / 旧）制作的音乐最为经典，巴洛克风格的音乐在结合了现代流行音乐元素却不失中世纪西洋优雅的气息。

美术 · 摄影 · 音响

美术监督

在颜色方面以及背景方面的体现可全部归纳在美术范围内，而美术监督就是在这方面的统筹。美术监督需要在企划阶段就发挥作用。美术监督掌控作品世界观的美术呈现。因此，美术监督负责决定动画背景细部设计，组织外景队进行实地取材，尽可能通过美术设定将扩大动画世界观的感染力。

背景作业

背景担当就是实际绘制背景的人。背景担当会参与外景班到社外取景。在正式作画前，背景担当会先与美术监督进行一次商讨，由美术监督说明背景绘制的方针，然后根据原画阵绘制的构图以及写在图上的指示，将处于草图状态的背景真实地呈现出来。

美术设定

美术设定的工作主要是针对角色而言的。一般情况下，角色在设定阶段需要定下一套颜色的标准，例如肤色、头发颜色、服装颜色等颜色以及光暗度的设定。美术设定还需针对角色或场景在不同场合、时间下颜色变化的设定。设定的目的主要是给负责上色的人提供一个标准参考。

上色

上色也就是日语中的"仕上げ"。他的主要任务是根据美术设定，将从作画部门传过来的画像进行上色。角色在常态、高光或是在阴影之下的颜色变化，统统需要按照美术设定的标准来进行。以往需要人手上色的工作，在电子技术普及的现今已经全部转为用电脑上色，大幅提高的效率和颜色精确度。

摄影 · 音响 · 编集

音响监督

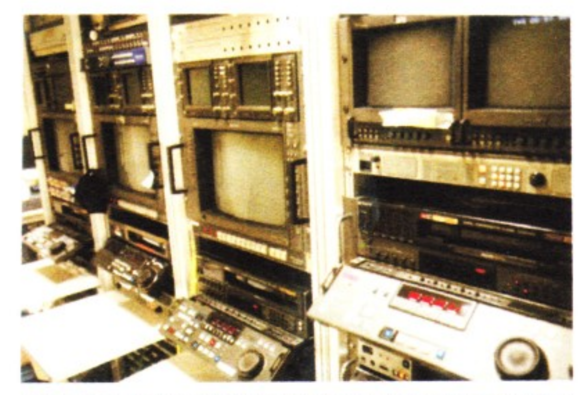
音响监督是一部动画中，统筹所有有关"声音"方面的内容，包括作品中出现的效果音、背景音乐、声优的录音。声音对于动画来说是十分重要的部分，而观众们经常会忽略了音响监督的存在。实际上，音响监督的工作要比想要的要繁重。音响监督必须起到将监督、演出的意思传达给下级制作 STAFF 的作用，通过不断商量作品的方针来将作品完善。音响监督的工作包括预约录音室、预约声优的日程、指导声优们配音、与音乐作曲家商量作品的方向并进行 BGM 选曲、指挥 STAFF 制作效果音等等。根据画面利用音乐烘托也是音响监督的一个重要任务，在哪些场景加入 BGM，BGM 的音量大小，台词的声量大小等，目的是让观众能在观看时更加投入。

摄影监督

摄影的工作是在制好的动画片段上加入特效以及镜头处理，而摄影监督在这里任务就是统筹所有摄影相关的工作，同时确保制作出构图中想要达到的效果。以往的摄影是必须用大型摄像机进行画像的拍摄，但现在均是通过电脑进行处理的。

编集

编集是动画制片之中最后一个步骤，相当于编辑的工作。编集需要对所有准备好的动画素材进行剪接，把它封装进能够送往电视台播放或打包发送 DVD/BD 生产商开始量产的样带中。



↑后期制作中的视频编辑需要运用专业的机器以及专业的编辑软件。

Chapter 03 动画制作流程

关于动画制作

1."製作"与"制作"

在了解实际的动画制作流程之前，有些关键的信息是大家必须先要了解的。日本动画业界里有两个"制作"，用日语的写法便是"製作"和"制作"。就字面意思来说，两者之间都有着同样的"制作某东西"的意思，但背后却有着不同的意义（日本人把汉字弄得这么暧昧，实在让人扶额）。

有衣字底的"製作"代表的是由企划到成品动画投放市场的整个过程。在这种意义上的制作人，他们必须负责制作动画企划书，对动画制作这个企划承担责任。制作人也有指动画法人的意思。"製作"一般都会以企业为单位。另一个的"制作"，它指代的是实际动手制成动画的过程，而承担这部分工作的便是我们经常会提及的动画制片公司（以下简称动画公司。例：京阿尼、东映、J.C.Staff等）。为了解决这个容易让人混淆的两个单词，以下的文章用"制作"和"制片"来区分（日语汉字中的"製"和"制"乃两个字，中文可没有这样分呢）。

站在制作方的，一般都是大型企业，因为这里涉及到出资的问题，没有强大财力怎么行。制作方负责出资，也就意味着他们享有作品的著作权。动画涉及到的DVD/BD贩卖以及角色周边商品带来的资金收入，制作方均享有收入分配的权利。简单来说，一个宅买了一个手办，当中有n%的收入是上缴制作方的。

因为涉及到出资问题，所以制作方需要考虑到盈利模式来确保动画播出后的收益，这个世界上没人喜欢做亏本生意呢。因此，考虑到资金回收，制作方必须想出各种各样的资金赢利点。早期的动画制作都是由一家投资方来出资的，但随着日本经济状况的恶化，动画制作方顶着相当大的资金压力。平均一部约30分钟的深夜动画，其制作成本就以千万日元为计算单位，一部完整的系列TV动画，乃是耗资上亿的玩意。1970~1980年代因资金回收不理想而导致倒闭的动画制作方比比皆是。



↑日本动画制作所使用的策划书，封面设计很精美，很有心思，单从封面就能对作品产生一个明确的印象。



↑日语里的"製作"是从大方面来看，由企划到实际制片的整个过程。

2. 动画制作者

现在看动画新观众容易产生一个误区，那就是“动画制作者 = 动画公司”。导致这误区的原因，也许是大众习惯了美国动画的模式。由于日本的动画产业规模之庞大，以及它的历史发展因素，导致它不可能像美国动画那样采用一条直线的模式。

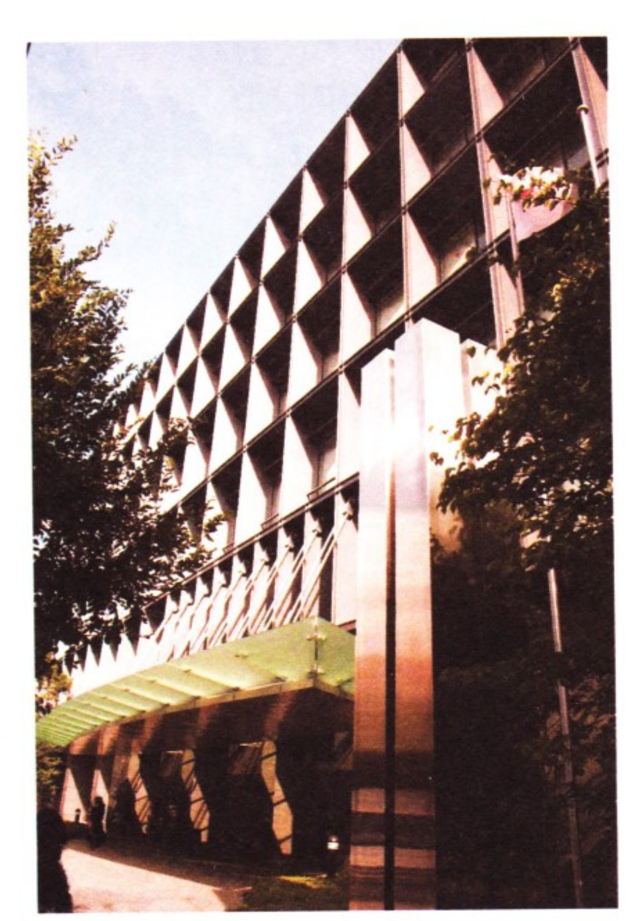
所谓的动画制作者，指的是负起一部动画所有责任的制作方，亦可以理解为投资方。由企划、制片、流通、发售商品 BD/DVD、制作周边商品等，负起全方面责任并享有著作权的一方。简单来说，这里的“动画制作者”就是大老板，而动画公司就是一个帮老板打工，按照老板的要求来制作。而当老板的一般有哪些呢？传统上可以分为以下四种，并各有各的优势。

· **原作著作权持有者：** 漫画、小说、游戏等，持有原作著作权的出版商或制作商。漫画、小说的出版商考虑到作品的多方向发展，会将一些未完结或已完结的作品进行动画化，以扩大作品的商品化可塑性。这时候，漫画、小说出版商或游戏开发商便成立制作小组开展动画化立案。这种场合，出版商 / 游戏开发商便担起动画制作者的责任。其优势在于：由于自身就是原作的著作权持有者，在动画化过程中可以省略很多关于著作权使用问题上的功夫，动画完成后商品化开展更畅顺。

· **电视台、音像制品公司：** 电视台为了吸引收视率而计划打造自家独家电视节目，或是音像制品公司为增加自家产品库的场合，便自发性立案制作动画。所谓的音像制品公司就是指目前最常见



↑角川书店既是著名的出版社，同时也是具备动画企划能力的大型企业。



↑著名的索尼集团为了更好地在动漫界发展，专门成立了动画企划公司 Aniplex，同时，还建立了动画公司 A-1 Pictures。

的 DVD/BD 产品发行商。最近亦有唱片公司专门立案打造以音乐为题材的动画。在这种情况下，播放途径、发售途径一般都是在已经确保好的前提下，再进一步确立方案。

其优势在于：电视台主导制作的动画，能够确保动画的播放途径；音像制品公司则能保证音像商品发售渠道。其优势一般在后期的流通阶段体现。

· **广告代理商：** 广告代理商是指从事广告代理业务，为客户创造、规划、或执行广告工作的代理商。它们的工作主要是协助客户产品的推广。广告代理商与电视台、音像制品公司的关系比较密切。日本的广告代理商经常涉及到为电视台某些固定时段节目寻找赞助商的工作，因此，很多时候电视台会直接将某个时段的节目交给广告代理商管理。换个说法就是“电视台分配某个时段的节目给予广告代理商管理，代价就是广告代理商必须为电视台拉拢赞助商或广告客户”。广告代理商为吸引更有实力的赞助商或广告客户，便主动提

出制作动画。

其优势在于：广告代理商可运用自己身的宣传力量，为动画提供最有力的推广资源：硬广告、媒体宣传、商业活动等。广告都是烧钱的玩意，因此，由广告代理商主动出击可以保证动画的知名度。



↑ P.A.works 于 2000 年在富山县南砺市设立的动画公司，经过了几年时间的发展，成为一家具备企划能力的动画公司。



↑ 现在拥有辉煌业绩的京阿尼——京都动画公司，曾经以工作室的规模经历了不少风波。图中为初期的工作室。

·动画公司：动画公司在整个动画制作的过程中，普遍处于“代工厂”的位置。很多观众容易产生误区，认为一部动画不论剧情还是画面的好与坏都归咎于动画公司。其实，在动画制作当中，动画公司最主要的任务是根据企划的内容，包括剧本、分镜、美术等元素一一反映在画面上的工作，取决于一部动画的好与坏应该由企划阶段逐项分析，动画公司把握的是整个制作里最重要的几个环节的其中之一。当然，也有一部分拥有足够实力的动画公司会主动担当制作方，打造自己的动画（京阿尼、P.A.Works 等），这种情况下动画公司便会占有更大的主导权。由动画公司自主立案的动画企划，首先会向电视台或音像制品公司“兜售”自己的方案，由对方来判断此方案是否可行。

其优势在于：由于是由动画公司策划的方案，作品印象和内容会十分具体形象。而且动画公司对于动画的制作质量及制作周期会更有把握。同时，向电视台“兜售”方案的过程也是对外加深宣传动画公司自身实力的途径。

总括而言，负责企划立案并出资的一方便承担起动画制作方的所有责任。然而，正如前述的，担任制作者的企业必须承担庞大的制作费用及后期风险，因此，目前已经很少会有单一企业出资打造动画的案例。取而代之的便是我们经常在 OP 动画的结尾处看见的“制作委员会”。

常见的出版社

- ASCII MEDIA WORKS
- ENTERBRAIN
- MEDIA FACTORY
- SQUARE ENIX
- 小学馆
- 集英社
- 芳文社
- 讲谈社

日本五大电视台

- NHK
- 富士电视
- TBS 放送
- 朝日
- 日本电视台

常见的音像制品公司

- ANIPLEX
- MAGES
- SME
- KING RECORD
- 角川书店
- VICTOR ENTERTAINMENT
- PONY CANYON
- FRONTIER WORKS
- MEDIA FACTORY
- GENEON UNIVERSAL

著名的动画公司

- STUDIO GHIBLI
- 东映 Animations
- J.C Staff
- Studio DEEN
- 京都 Animation
- P.A Works
- Shaft
- Mad House
- A-1 Pictures
- Toms Entertainment

3. 制作委员会

每部动画都有开篇主题曲与结尾主题曲，也就是我们俗称的OP和ED。OP和ED除了担任代表作品整体印象的之外，更是罗列STAFF名单的重要地方。动画也是人做的，也是动画从业者呕心沥血制作而成的知识产物。因此，STAFF名单的罗列是对制作团队的一种尊重。

大家只要稍微留意一下，很容易会发现OP和ED的STAFF名单罗列的形式是有固定套路的。OP里的STAFF名单基本上都是制作团队的核心成员，而ED里的STAFF的名单则是对应该集动画的详细的动工人员。具体到详细的名单出场顺序也是有规律的，对作品印象影响最大的几个核心人物一般都会出现在首尾。先出场的是原作、系列构成、角色设计者以及各路制作人等，监督一般会在尾声才出现。而跟在监督后的，就是"制作委员会"了。

制作委员会是动画制作中最重要的角色，却又最容易被忽略的。每部动画作品都有其专属的"制作委员会"，所以大家通常是理所当然地将这个"神秘组织"给忽略掉。其实，我们往往能够在制作委员会的构成中，看出一部动画作品的很多侧面信息。

·制作委员会的命名：为了承担制作风险，日本动画业界采用名为"制作委员会"的成员制形式来分担庞大的制作费用。我们经常能够在动画的片头结尾处发现"某某某制（製）作委员会"，他们就是此动画的制作方。

制作委员会的命名方式实际上非常随意，只要是与动画相关的命名方式，最直接的方法就是在动画的标题后加"制作委员会"几个字。不过这是比较古典的做法，而且看上去非常死板。于是，制作方为了让观众更有亲切感，开始利用动画中的元素来命名。例如，校园剧的就采用"某某学校"或者"某某某学生会"的命名方式；有关战争题材的，就会出现"第nnxx小队"或者"某某参谋部"等方式。

制作方的名单上，偶尔会出现"某某某制作委员会""某某某电视台"同时出现的状况。出现这种情况的，该部动画基本上是由电视台主导出自打造，再与由其他的合作方组成的委员会协力制作。例如富士电视台这种力大钱包厚的电视台就经常会这样做。

·制作委员会的成员：一部动画作品涉及的部分有很多，改编动画涉及到原作（漫画或轻小说），这方面的著作权在出版商手上；动画的配乐以及主题曲，其使用权由唱片公司掌握；要将动画商品化，必须委托相关的光盘发行公司及周边生厂商，这样会产生委托费用。在动画制作完成后还需要投资一笔才能开始回收资金，漫长的资金回收过程以及重复的投资，如此庞大的风险若由一家制作方来承担的话，一旦动画火不起来，便会产生连锁式的资金挤压，最终便导致制作公司的破产。

说了这么多，那究竟"制作委员会"里包含的是哪些成员呢？上文提到资金承担以及赢利点两个关键字，所谓的赢利点就是靠由动画延伸的各种各样商品来回收资金。而最直接的方法，就是逐一找出相关商品的专家来参与动画制作，也就是业界俗称的"media mix"。漫画出版商、小说出版商、手办生产商、游戏制作公司、唱片公司，这些都是常见的制作委员会成员，有些比较规模

Annotation
名 词 注 释

一些动画制作方很喜欢在自己的作品中捏他一些同属于自己家的其他作品。比如说，在第二季的《潜行吧！奈亚子w》中大量出现了《夹在女友和青梅足马间的惨烈修罗场之间》的小说封面。由于两部动画的原作小说同属一个出版社SOFTBANK Creative，而两部动画都由SOFTBANK参与出资，因此而出现了"植入式广告"的捏他场面。

实力宏厚的动画公司也会亲自参与动画出资。让原作著作权持有者的出版商参与制作，这样能解决著作权的问题；让唱片公司参与制作可以解决音乐的使用权问题；让游戏公司参与投资，这样能省去委托费用，如此类推。



↑如今，在动画中植入软广告的做法已经成为一种喜闻乐见的常态，甚至能被观众当作捏他一笑而过。

·制作委员会的组建：动画制作在立案阶段，一般由一家或少数企业率先成立制作小组，建立动画企划案。制作人初期会先确立好动画的核心部分，包括主题、面向群体、播放时段等大方向，预想动画将会涉及到的部分（如著作权、电视台、销售渠道等），然后有针对性地寻找合作方（投资方）。这些合作方一般都是能为动画带来赢利点，或者有助于后期商品化增加利益的企业。选择了初期目标，制作人便开始逐一向对方公司提出咨询意向（业务员的高级形态），也不排除有投资方主动参与企划的案例。参与制作的公司性质没有限制，一般只要产生双赢点的都是好伙伴。近年兴起的圣地巡游，让地方政府看到了动画的影响力。因此，不断有地方政府积极地参与动画制作。

综合上述，STAFF表上的制作委员会往往会提供很多信息量。看到有出版商名字的话，这部动画基本上会出版漫画或小说载体的作品，出现游戏厂商的肯定会有相关游戏，有模型手办生产商参与的，相关的周边是毫无悬念的。如此类推，制作委员会的构成可以让观众捕捉更多关于这部动画的侧面信息。同时，业内人士也可以在制作委员会的构成中寻找将来有可能发展成为合作伙伴的企业。



↑制霸2013年的动画作品《进击的巨人》，它的制作委员会就是由出版社、音像制品公司、动画公司、广告代理商合力出资打造的典型例子。

Annotation
名词注释

《进击的巨人》制作委员会：2013年热翻天的动画《进击的巨人》，其制作委员会由音像制品公司PONY CANYON及其子公司PONYCANYON ENTERPRISE、出版社的讲谈社、动画公司的Production I.G以及广告代理商的电通共同出资组成。

4. 动画制作中涉及的机构

一部动画作品，本质上就是一项商业活动的产物。理所当然地，动画的整个制作过程里会牵涉到很多商业上的操作。因此，动画制作中会涉及到各种各样的商业机构。为了更加系统地拆解动画制作，以下将一般动画制作中涉及到的商业机构进行整理，并为大家解释它们各自的作用。

・动画企划涉及到的机构

在确定下手制作动画之前，制作方在企划阶段必须将所有制作上牵涉到的商业机构一一罗列。以下提及的，是除实际动画制片工程外涉及到的企业机构。

(1) 音像制品公司

观众可以轻易地从电视中或网络配送中免费收看动画，但动画最终必定是以商品的形式到达消费者的手里，不论是 TV 动画、OVA 动画还是剧场版动画。大家可以将电视播放或网络配送的 TV 动画理解为商场里的免费试吃。试吃过后，觉得合胃口的可以买回家慢慢吃。而剧场版动画的性质就是一部电影。而音像制品在这里相当于食品供应商，向广大食客提供合味道的食品。音像公司把准备好的食料（动画），装进包装袋（BD\DVD\CD），卖给那些喜欢这款口味的消费者。有些音像公司拥有自己的音乐制作部门的，会在动画制作中包办了创作主题曲、BGM 配乐的工作，让动画里使用的音乐成为他们自己的商品。有些不具备发行能力的音乐公司（工作室、工作组），会以收取制作费的形式，把他们创作的音乐卖给制作方，也就是俗称的外包。



↑讲谈社与 King Records、光文社、日刊现代同为音羽集团成员，主营《少年 Magazine》系列的少年漫画杂志。

(2) 出版社

现在业界中，出版社在动画制作中占有的位置越来越高。原因是现在的动画作品，大部分都会采用“改编”的形式。改编必须涉及到的是其对应的原作漫画、轻小说。只要是正式出版的漫画、轻小说，其著作权都掌握在各自的出版社中。除了涉及著作权的核心问题之外，出版社在各自相关杂志上连载的漫画、小说会率先积累读者人气。一些大热的连载作品在动画制作方的眼中就是一块宝地，关注度越高的作品，其动画化进程的速度便越快。而如何让连载作品吸引读者目光的，就要看出版社自身的手腕了。因此，目前出版社正站在动漫产业链的上游。有了好的作品，出版社为扩大自己的收益，会很乐意地参与动画制作，即加入该动画的制作委员会。而原创动画的情况，出版社自身会根据动画的内容及市场反应来判断是否进行漫画、小说化。



↑集英社三巨头是指在集英社旗下杂志《周刊少年 jump》中连载的三大漫画，它们分别是《海贼王》、《火影忍者》、《死神》。


↑小学馆是日本的综合出版社。小学馆一般会专注于一些少年向的作品。

(3) 游戏公司

若动画是由原作游戏改编的情况，游戏便充当原作的角色。这时候动画制作方必须向游戏公司提出动画化的计划。有实力的游戏制作公司，会根据自社游戏的人气度来判断是否参与动画制作，也就是参与出资制作动画。但实际上主动出资为自己的游戏作品动画化的公司并不多。而且，现在普遍的游戏改编动画，其原作都是 Galgame 类的游戏。鉴于 Galgame 的特殊体质，专门制作 Galgame 的游戏公司普遍都不会冒险投资制作动画。相反，有些动画作品在企划阶段就已经计划游戏化的，游戏公司普遍会主动参与制作委员会。原因是只有参与投资制作动画，游戏公司才享有对动画制作提出主张的权利，而动画中呈现的某些元素往往会成为游戏化后的卖点。游戏公司会慎重考虑动画方案是否受欢迎，因为动画越受欢迎，其游戏版就越是容易吸引消费者的目光。

(4) 电视台

所谓 TV 动画，又怎能离开电视台呢。要确保动画制片完成后不会晾在家里晒干晒黑，那就必须确保其播放途径。动画制作方必须在企划阶段就与电视台打交道，在保证电视台的时间档后才会着手作进一步的策划。受欢迎的动画会吸引大量观众的目光，因此，电视台方也会积极地与动画制作方合作。为确保自家电视台享有独家播放权，电视台会主动参与动画制作。不单是作品自身有受众目标，就连电视台本身也有其针对的目标群体。电视台参与动画制作的情况，电视台委派的制作人会就自家面向的群众对动画的题材进行提议。比如说某地区的电视台为了促进当地的旅游业，会要求在动画里加入一些地方景色或标志性建筑，也就是俗称的圣地巡游效应。日本的民营电视台在没有主动参与动画制作的情况下，必须向动画制作方购买动画的播放权。为了控制资金，电视台会从赞助商（广告商）的赞助费当中挪用资金购买动画播放权。而那些给钱买播放权的赞助商，它们的名字就会出现在 OP、ED 结束后的“提供”里的名单里。


↑日本民营电视台“株式会社东京放送”，简称 TBS。经常与动画公司合作出资制作动画。

(5) 视频网站

视频网站的性质跟电视台相似。由于现在每个季度播放的动画数量在不断增加，电视台的播放资源随之而变得紧张。在这种情况下，电视台的播放渠道便是动画制作方相互竞争的资源。这使得少部分动画转走网络配送形式。而某些动画篇幅超越常规长度的（季番的标准为 12-13 集，

半年番为24-26），余下的部分都会转走网络配送，待电视台腾出空档的时候再接续播放。而近年随着视频网络的用户迅速增加，有动画制作方会采用网络先行配送的方法来吸收人气。此外，视频网站还包括手机视频网站。有先行播放或播放时间有悬念的新方案，制作方都会把网站播放形式计算在前期准备的范围内。



↑人气动画《我的妹妹不可能这么可爱》的第一期和第二期均制作了两个结局。标准结局通过电视台播放，而成为TRUE ROUTE的另一个结局则通过网络配送。

(6) 电影发布相关

剧场版动画在制作完成后，需要通过电影供应商或专门的发布代理公司，将成品动画送往各地的影院上演。道理与TV动画需要在企划阶段找好电视台一样，动画制作方在剧场版动画的企划阶段就必须疏通公映的渠道。电影供应商也会因应情况，主动参与制作委员会。有一些大型企业（如东映）同时包含电影供应商与动画公司的会积极制作剧场版动画。

(7) 周边生产商公司

周边生产商包括儿童用的玩具公司，以及模型、手办等专门制作周边商品的公司。周边生产属于后期的盈利，动画制作方会根据实际情况在适合的时机寻找生产商合作。尤其是手办类的周边，动画制作方一般会在抓稳了观众们偏好后才计划开发样品。因此，我们会发现，很多手办都是在动画播出或完结后好一段时间才放出消息。值得一提的是，低龄向动画往往就是玩具公司赚大钱的机会，尤其是变身系魔法少女、机器人动画这类深受孩子喜爱的动画，玩具公司也有可能会主动参与动画制作，以此抓紧商机。

(8) 广告代理商

说到底，观众能够在电视机上看到各式各样的动画，靠的是广告客户每年所投入庞大的广告费用，直接面对广告客户的广告代理商自然是这个产业中重要的存在。同时，动画发售DVD/BD或周边商品时，广告商同样起到了很大的推广作用。拥有越多媒体资源的广告代理商，他们在动画制作里体现的商业价值就越高。广告代理商也会积极地投资制作动画。



↑电通总部位于日本东京，并在30多个国家设有子公司，50余个国家成立了合作据点。而投资制作动画也是其宣传途径之一。

·实际动画制片中涉及的机构

当动画方案确立后，接着就是将写在纸上的文字制作成有形有色，会说会唱的动画作品。以下是在实际制片过程中牵涉到的机构。

(1) 动画制片公司

动画制片公司就是实实在在动手动脚根据剧本和设定制作成动画的机构，也是我们最常讨论的内容。将角色原案进行动画化的修正、绘制原

画、背景、把原画制成动画、上色等等工作均由动画公司负责。原画、背景、动画有各自专属的制作队伍。动画公司的制作团队里一般都有大量的原画师和数名动画师，而像监督、系列构成、角色设计者等一些监督级别的岗位是否有人在任，就因公司而异了。这时候动画公司或动画制作方会（在企划初期没有事先指定人选的情况下）外聘相关的人士。也有些比较特殊的动画公司，他们内部只有由企划和制片管理相关的人员构成的团队。这种动画公司，作画工作则全盘采用外包制。

(2) 音响制作公司

动画是影音两方面都非常重要的体裁，影像由动画公司负责，音乐由唱片公司负责，如何让声与色完美融合，体现的就是音响制作公司的手腕。音响制作公司的工作就是根据动画画面完善场景里的所有“声音”元素。它的主要任务有以下几项：效果音的制作、背景音乐剪辑、背景音乐合成、声优配音录音、声优的演技指导以及声优试音全部都在音响制作公司内完成。音响制作公司内设有音响工作室、声优录音室，每家音响制作公司都配有多名的音响监督。

(3)CG 工作室

在 3DCG 动画技术越来越成熟，越来越普遍的现在，很多大规模的动画公司都专门成立自己的 CG 部门。适当地使用 CG 动画，不单可以节省人力以及时间，还可以做出各种各样的效果。但对于一些规模比较小或者成立时间比较短的动画公司，它们就会选择将CG动画的部分外包给专业制作的工作室。



↑利用 CG 技术，能大幅度降低因手工作画而需要的时间，对于整个制片过程起到提高效率的作用。



↑ 2013 年 4 月份播出的《银河机攻队 Majestic Prince》由动画工房与 Orange 合力制作。动画中的机械战斗画面一律使用 CG 动画制作，由 Orange 全力负责。

(4) 声优事务所

声优事务所的主要工作是管理旗下声优的工作行程以及向音响制作公司派遣声优。另外，声优事务所会为音响公司或动画制作人提供能力范围以内的辅助工作，这种情况下声优事务所的名字则会出现在制作者名单之中。



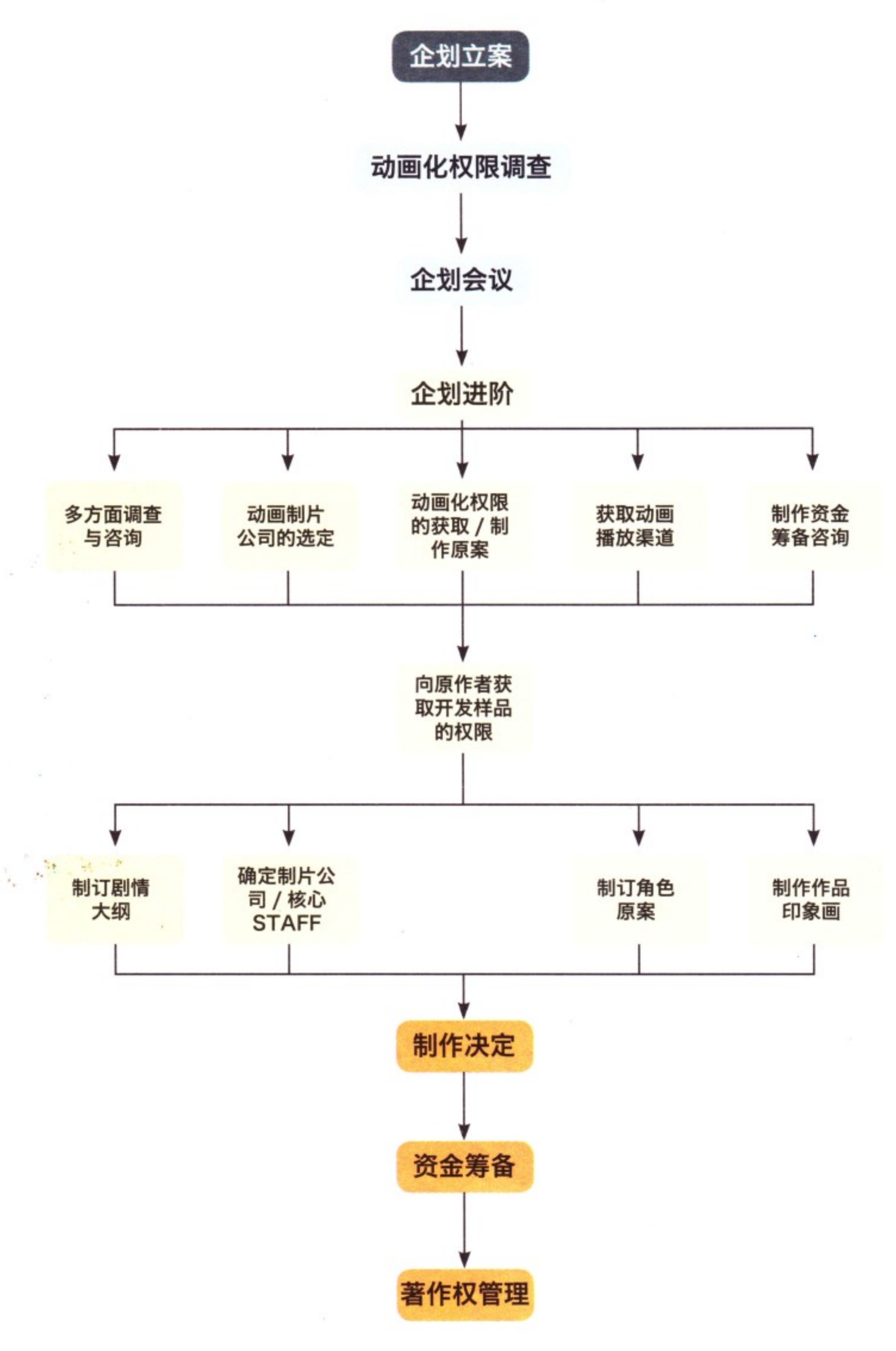
↑声优事务所与专门培训声优的“养成所”有紧密的合作关系，养成所定期会推荐新生声优进入事务所，以确保声优界有源源不断的新血液。

・流通时涉及的机构

最后简单地介绍动画在流通时涉及的机构，包括电视台、电影供应商、音像制品公司、视频网站以及影视作品进出口机构。由于流通效果会很大程度上影响到动画制作方回收资金，因此在企划阶段便要做好相关的准备。

动画企划流程

动画制作的第一阶段是企划。之所以说动画制作是一件大工程，除了因它是一种需要耗费大量人力和时间绘制的媒体之外，光是动画的企划阶段就是一个漫长的阶段。动画其实也是一件商品，是一件特殊的商品，它所涉及的面很广。一部动画是否受欢迎，能否挣钱，完全取决于制作方在企划阶段的安排。因此，企划阶段绝对不能草草了事的，各方面的疏通是使企划阶段甚至是整个动画制作周期延长的要因。以下为大家逐步剖析企划阶段复杂的过程。



·订立初期方案

制作动画的第一步当然是订立草案。正如大家在写作文的时候，必须先订立文章的中心思想、写作文体以及写作方向。构成动画方案的要素乃是影响到紧接下来的每个细节上的制作。然而，企划的初期方案往往只是一个制作人的构思。随着制作委员会的筹办、监督、剧本家的陆续加入，各方的意见会不断影响方案的容貌。尽管如此，书写初期方案仍然是给予让投资者和参与者信服的理由。

初期内容的自由度很大，但不管具体内容是什么，关键在于其趣味性和卖点。因为初期方案的内容除了影响动画的大方向之外，还有着吸引投资者目光的作用。

STAFF人选原则上是经过本人允许的情况下才写上去的，但一般计划书都是被否决的玩意，因此，初期计划书有时候会出现不切实际的STAFF名单。当然，豪华的阵容意味着高昂的聘请费用，太过不切实际的名单往往会把投资方吓跑。以下是初期方案中的例子。

作品概况

标题：《变态绅士成长日记》
副标题：《熊吉君的绅士练成之路》

原作：《搞笑漫画日和》（漫画）
核心制作STAFF人选：
- 监督：新房昭之
- 角色设计：石野聪
- 总作画监督：坂井久太

播放形式：每集30分钟 年番（52集）

目标群体：核心群体：15~25岁男性 / 次级群体：25~34岁男女、35岁以上男性

制作侧重点：
王道搞笑漫画 + 日常漫画 + 莫名其妙的热血感

★根据《搞笑漫画日和》进行制作的延伸作品，必须继承原作漫画的日式王道冷笑话内容。在这基础上，故事的基础集中描写主人公熊吉的日常生活，在日常生活中突出“绅士”是怎样在日常生活中锻炼而成的。

★加入主人公的对手，“绅士企鹅君”。通过熊吉君与企鹅君在学校中各种各样的比试，来突出“绅士”之间的胜负是严肃的。比试场景的描写用较快的节奏。

★针对原作读者的粉丝制作，为使原作读者更有投入感，可加入原作的捏他。

作品主题：“男人的浪漫！”、“当个绅士有什么不妥！”

·动画化权限调查

在写下了初期方案后，接下来就是针对动画化进行权限调查。这里的动画化权限调查主要是针对改编动画而言的。漫画、轻小说、游戏，或者是如《Black ★ Rock Shooter》这类型原身只有插画的特殊例子，要动画化就必须经过原作者的允许才能进行。在未经原作者同意下擅自使用其作品进行商业活动的便会形成侵权问题。而越是有名气的作品就越受关注，这就会形成制作方之间的竞争。因此，在作进一步计划之前，必须确认目标作品没有被别的制作方捷足先登。通常情况下，经过正式出版的漫画、轻小说，其作品著作权掌握在出版商的手里。制作方必须经由出版商与原作者进行交涉。

制作人在向出版商的著作权管理部门咨询确认某部作品的动画化是否可行，有没有其他制作方率先预约了该作品的动画化权限等信息后，再考虑是否作进一步的行动。制作人一般会同时咨询多个制作目标，以保证效率。



↑最初为日本插画家Huke于2007年发表于Pixiv上的原创插画角色。后来藉着supercell的音乐而走红。随之动画游戏化。

·企划会议

大家可以将企划会议理解为制作方的选题会。制作方定期开办企划会议，在席的制作人逐一拿出他们最近制定或构思中的初期方案给在场的所有人进行评估与筛选。这里的筛选只是初步的筛选，因为筛选出来的方案都是大概写下的大纲而已，就好像一张纸上画着没脸奥特曼跟没脸的怪兽正准备开打的场景。大家都觉得奥特曼打怪兽应该会火会受欢迎了，接下来就是一起商量，奥特曼应该长什么样，是男是女还是不男不女；怪兽是高是矮是胖是瘦，到底是攻还是受；奥特曼跟小怪兽应该怎么打才有爆点，究竟是在地球上斗得山崩地裂是生是死，还是滚到床上翻云覆雨欲生欲死……制作人会记录下类似的讨论，然后就初步方案进行修改，待修改完成后，在下一次的企划会议上制作人会向大家分发第二版的方案，在这基础上在场的所有人再一次商量奥特曼与怪兽相爱相杀的故事。会议完毕，若有人觉得还差点什么，要在奥特曼与小怪兽的爱情故事中加个小三变成了三角恋拯救世界的故事，这时候制作人又会返回自己的寝室秉烛夜思，然后再在下一次的企划会议上公开第三版的方案。如此三番四次，谈完了改，改完了谈，改到满意为止。为了达成共识，这个环节会消耗一部分时间。但这些时间都是为了让作品更加满意，更有卖点而耗费的。纵使繁琐，却十分重要。



·企划进阶——多方面调查与咨询

制作方在企划会议中订好方案后，下一步便是对外开展工作。

1. 动画化权限的获取：与之前动画化权限的调查相对应，制作人马上向该著作权持有者（出版商或游戏商）签订动画化的合约。获取动画化权限只针对改编动画而言，原创动画可以略过这一步。取而代之，原创动画在初期必须制作原案（后述）。签订合约一般有以下两种形式。

直接签约：制作方在向著作权持有方咨询并签订动画化合约之前，必须要衡量自身的状态是否能在短时间内落实执行动画化的进程。获取动画化权限是一种购买著作使用权的行为，也就意味着制作方必须要付钱的。在没把握的情况下向出版社付了钱买了版权，一旦筹办过程中出问题计划泡汤，那就真是赔了夫人又折兵。因此，采用这种形式的，一般是在制作方非常有把握的情况下会这样做。一旦与制作方签了合同，买到了著作权，接下来就可以立刻投入实际制片了。

动画权限预约：相比第一种形式，这种形式是在制作方对于筹办资金，选择动画制片公司等大方面的把握不大，或者是距离进入制片阶段还需要好一段时间的情况下而采用的预约形式。这里就相当于向出版商、游戏商“预约”动画化的权限。如果制作方在筹办制作动画时，被其他制作方抢走了动画化的权限，那么之前所做的所有事情都浪费了，就像白加了几个星期的班结果连工资都没有。我们平时买东西要预定的时候一般都要支付预约金，同样道理，“预约动画化”同样需要向著作权持有方支付一定的订金。制作方与著作权持有方签订动画化权限预约的合约并支付预约金，同时加上“〇年〇月～×年×月动画化权限给△△方所有，若在此期间内无法开展制作即视为放弃权限”的条款。这样既防止了动画制作方的垄断，又是对著作权持有方的一种保障。

2. 动画公司的选定：成功获取著作权后，接下来就要选定负责制片的动画公司。这是一个很重要的环节，不管动画的方案多么完善，故事有多吸引，角色有多美，桥段有多新颖，如果没有找到合适的动画公司来制片，那只能算是一个遗憾了。动画公司其实也是由人来组成的，既然是人，自然就有擅长和不擅长。因此，动画制作方必须考虑自己的作品究竟需要什么样的效果，究竟是要萌还是要燃，要人物作画好看还是背景效果要醒目的，根据自己理想中的成效有针对性地选择动画公司负责制片。

制作方必须对动画公司的圈子保持高度的注意力，在日本，若单纯按个数来计算动画公司的总数已经超过120所。不过，若按规模来计算，有实力担起TV动画制片的占有的比例大概不到50%。在动画公司的总数目中，有约40%以上的是小型规模的公司，这些公司的成员通常不超过10人，公司资本不超过1000万日元。

动画公司的实力最直接地影响动画的作画质量，而成品质量的高低也是最直接影响观众是否对作品产生“爱”的。其中相当重要的一点就是作画的质量。所谓作画的质量，主要是针对人物原画的线条稳定与否，是否经常出现因人物走形的问题（即画崩）。影响作画质量的因素有很多：制作经费是否充足、制作周期是否充分、制作进程是否稳定、动画公司原画阵容实力、作画监督实力等等。观众普遍认为，画崩的原因是由于制

Annotation
名 词 注 释

我们经常会看到一些新闻说“某某某作品”即将动画化的消息，一般都是在这个阶段里由制作方或出版社放出的小道消息（其实就是官方作预热宣传）。而某些小道消息最终变为假消息的，通常会是因各种原因而无法落实执行动画化的作品。

作经费不足的问题，其实这只是看多了《银魂》（作品中经常以经费不足来做梗）而误会了而已。导致画崩多数原因是由于制作周期不足或制作进程的落后所导致的。制作经费不足主要是对于原画张数，画面效果的多与少等“数字问题”而言的。画崩最大的原因是由于赶工而导致的。当然，现在为了分担制片耗时，动画公司会选择外包给其他动画公司（包括国外）。一部动画因由多家动画公司分工作画，原画或动画质量难以把关，导致了画崩的情况是屡见不鲜的。

随着年度总动画作品数量的逐渐上升，动画公司可以分配的时间便越来越紧张。站在制作方的角度来看，制作动画实际上是与时间竞赛的项目。每年只有四个新动画开播（TV 动画）的固定时间点（春夏秋冬番），错过了一个点就相当于白白流失了三个月的时间，也意味着一部新动画损失了三个月的盈利时间。动画制作方在寻找动画公司制片时，必须考虑的一点就是对方是否有充足的制片周期。亦因为每个制作方都会考虑到这方面，间接形成了制作方之间在选定动画公司上的竞争效应。上文所述，目前日本业界中有约一半比例的动画公司是小规模的公司。公司规模小，手上掌握的各方面资源少，导致了它们的制作周期大幅落后于大规模的动画公司。因此，甚少制作方敢于冒险委托小规模公司担起制片。这便导致了制作方在选定动画公司时，目标集中在余下的不到百分之五十的动画公司里。另外，在这百分之五十里，有些动画公司有实力能够制作剧场版、OVA，但对于费时费劲的 TV 动画就挥手摇头了。所以，即便动画公司的总数有超过 120 家，但可以制作 TV 动画的大约只有三分之一。实际上，我们每个季度在新番上看到的动画公司名字来来往往也就是十多二十个，像一些长篇动画（如《火影》的 PIERROT《柯南》的 TMS 等）的动画公司，在兼顾现有长篇的同时，所制作的新动画数量每年只有两三部，最多也就五部左右。在这种大环境下，动画公司的时间表就是制作方之间竞争的目标。优秀的动画公司，其制片预约甚至排到两



↑《火影忍者》自 2002 年开播，第一期共 220 话；第二期《火影忍者疾风传》自 2007 年 2 月开始播出，集数累加计算。



↑动画从开播至今已经连载了十余年的《名侦探柯南》，作品的高人气就如柯南的外貌一样，十年从没改变。



↑ 2004 年 10 月至 2012 年 3 月播放的《死神》动画。由于剧情快速发展，因此播放部分采用动画原创剧情。

年后也毫不意外，道理就跟到人气餐馆吃饭要排队等位置一样。

总的来说，制作方在选择动画公司制片时，必须考虑到动画公司的作画实力、制作周期是否充足、普遍质量是否稳定，同时也要看对方的时间表是否有空档。换个角度，动画公司也会考虑自身情况，决定是否接下制作方的委托。双方之间如何交涉，交涉效果如何就得看负责出面商谈的制作人的手腕了。选择动画制作公司也是一种取舍，有些制作方特别指定要某家动画公司来制片，但对方暂时没有空档的话，制作方唯有选择等待。否则就是退而求其次。

以“泪目 Galgame”闻名的 KEY 社为例，旗下的三部催泪名作《Kanon》、《AIR》、《CLANNAD》先后找到了京都动画制片。优秀的原作故事加上优秀的动画画面，使这三部作品成为了 2000 年代脍炙人口的名动画。当粉丝们估计 KEY 继《CLANNAD》后的大作《Little Busters！》同样会交由京都动画负责时，结果却是由 J.C.Staff 接下了此任。KEY 所属的 VisualArt 的社长马场隆博对此就表示，“京都动画由于近期时间表已排满，未能接下动画制片工作”。实际情况如何，那就交给大家自由想象了。

3. 获取动画播放渠道：播放渠道主要针对 TV 动画和剧场版动画而言。网络动画基于视频网站播放时间的自由度，在交涉上没有太大的难度。电视台充当带头制作的，在这个环节上可省去大量力气，并且享有独家优势。

TV 动画：订立好方案，找好了动画公司制片，但动画没有播放的途径也就失去了意义。务求让动画找到合适的播放时间，动画制作方必须与电视台保持良好的联系。

现在日本电视台的普遍做法是将某个时段（一般是黄金时段）交给特定的广告代理商来管理（例如 A 台周一到周五的 19:00~20:00，周日的 18:00~18:30 等）。原因是广告代理商可以帮助电视台寻找各式各样的赞助商，为电视台带来更多广告收入，而条件就是广告代理商对这个时段播放何种节目享有话事权。也就是说，广告代理商帮电视台拉拢更多的广告费，但电视台必须听广告代理商的话，广告代理商有权作主播什么不播什么。

因此，基本做法就是制作方先向电视台咨询播放时段，介由电视台，制作方与对应的广告代理商商讨播放的事宜。广告代理商若觉得制作方的方案很吸引，有更多商机的，会直接参与制作。这样就能确保了动画的播出时间。顺带一提，一旦广告代理商点头让自己管理的时段播放某部动画后，便会以此动画作为向赞助商拉赞助费的筹码。赞助费的有或无，多与少直接影响到广告代理商与电视台的利益问题。

所以，广告代理商在这里的话事权是相当大的。此外，值得一提的是，即便广告代理商的话事权很大，但并不代表只要给钱就一定能在指定时段播放的。电视台本身有自己的一套播放规律，例如晚上 6 点到 7 点是新闻时段，9 点到 10 点是电视连续剧时段的，这些时段内就不能播放动画。

剧场版动画：若是剧场版动画的情况，制作方必须与电影供应商取得联系。电影供应商在这里作用就是为剧场版动画制定上映时间，并在上映之前顺利地将样带发布到各地的电影院。制作剧场版动画的场合，不需要像 TV 动画般经由电视台找到广告代理商进行三方会谈这样复杂，制作方只需与电影供应商单对单的商谈。电影供应商也会对制作方提出的动画方案进行评估，兴趣很大的有可能参与制作，兴趣一般的就只当代理。

制作方在获取播放途径的这个环节中充当的是一个“卖家”的角色，他们在确保动画的播放途径外的同时，也是在对外“销售”动画，但销售的只会是播放权而不是著作权。播放权一般具备期限，期限完毕后制作方可向其他电视台继续“销售”播放权。电视台或电影供应商出资参与制作，主要目的是通过占有著作权的份额来获取更大的收益。



↑ 2005 年由京阿尼参与制作的改编动画《AIR》，以其美伦绝妙的画面震撼了当年动漫业界。《AIR》更是第一部被蓝光化的动画作品。



↑继《AIR》的成功，京阿尼又在 2006 年将 KEY 社的另一部名作《Kanon》，以压倒性的画面击败了 2002 年由东映制片的同名同原作动画。



↑ 2007 年京阿尼再接再厉，为 KEY 社的另一大作《CLANNAD》进行动画化，连同2008年的第二季度和特别篇，合共 49 集。



↑然而，继《CLANNAD》后，KEY 社的另一名作《Little Busters》交给了 J.C.Staff 制片，国内人气不如以往。

4. 制作资金筹备咨询：正如第一节里所述，现在的日本动画已经很少会有单独一家企业出资制作了，目的是防止万一动画不受欢迎，后期资金回收不顺利的话，制作方很可能面临破产的危机。为避免这种状况的发生，制作方必须四处筹备制作资金。

在动画方案确立后，制作人制订目标预算。在计算自社出资的份额后，余下的部分对外筹集。话虽如此，在动画跨媒体发展的现今，制作人往往在撰写动画方案的时候就设想好自己的方案如何在产业链中扩大收益，将漫画化、小说化、游戏化、周边商品等商业利用的元素看作基本状态。这样的做法除了使动画本身拥有更多商业空间之外，也是让动画方案能更好地筹集资金作的准备。现在漫画、小说、动画、游戏这四个媒介基本上是连在一起，即便没有打算游戏化的，现在的动画普遍都会有漫画版或小说版。

比如说，企业 A 是一家音像制品企业，它企划要制作一部以轻小说改编的关于校园偶像的动画，这部校园偶像动画涉及演唱会、逆（男）后宫，动画播出后打算在 PSV 平台推出游戏版。这时候负责该动画方案的制作人会率先向原作轻小说的出版商咨询是否有意向合作出资动画化，然后便向对口的企业，如音乐公司、游戏公司、漫画出版商等咨询对方是否有意向参与出资制作这部动画。或者是以体育运动为题材的，制作人可向体育用品的生产商咨询是否有意向出资或单纯地制作协力；以校园乐队为题材的，则可向乐器生产商咨询，如此类推。

5. 开发样板：筹集制作资金的阶段本质上属于一种商业行为。作为一个合格的业务员，要成功让客户信服，除了要长得一把三寸不烂之舌，懂得察言观色，懂得一边进行游说一边进行心理辅导等业务技能外，还需要一个实实在在能够让对方看得到的样板。就好比来那只自外星，同时长着猫耳和兔耳，嘴巴长在背后平时说话靠腹语，把“魔法”当成传销商品骗懵懂女孩下海落坑的神兽业务员，也要靠某个正义感强的学姐来示范什么变身系魔法少女是如何伸张正义惩恶惩奸，好让更多的少女掉进火坑。这就是所谓的眼见为实，制作人为使筹集制作资金这个环节更加顺利，普遍会率先制作动画的部分样品，如果初期就有动画公司参与制作，还可制作数分钟的样片。



↑原案由村田和也和虚渊玄合力制作，并为原案故事起名为“Oceanus”，原名为希腊神话中登场的海洋之神。

没人愿意做亏本的生意。站在投资方的角度，必须考虑一部动画能否为自己带来利益，投资方往往会向提交方案的制作方索取进一步的动画详细。而站在制作方的立场上，拥有一份实实在在的样板能加大投资方的信心，获取更好的结果。于是，当制作方（制作人）认为手头上的动画方案在筹集资金的环节中会遇到一定困难时，会预先提取一小部分执行预算来投入样板的制作。

（1）向原作者获取开发样品的权限 / 制作原案。获取开发权限：这一步专门针对改编动画而

Encyclopedia of ACG

Annotation
名 词 注 释

原创动画需要制作故事原案。因原创动画需要独立制作故事原案（原作）的，其版权归负责企划制作公司所有。

定的。这里获取开发样品的权利与上文提及的部分性质相同，制作方必须经原作者同意下才能着手开发先行制作样品。虽然说在这个阶段制作方可以跟原作者直接签订动画化协议，但鉴于开发样品的目的是为了筹备资金，而筹备资金的成功几率并不是百分百。在未正式筹备好资金之前，制作方贸然签下授权的话，一旦筹备资金失败，便承受双倍损失。于是，制作方同样可以“预约动画化权限”。

制作原案：原案是针对原创动画而言的。大家都在鼓励原创动画，但是，不论是制作方还是投资方，原创动画的风险往往是最大的。制作原案一方面能让投资方看见实际的东西，也是在给动画的大方向定格。原案是在动画企划方案的基





↑→2013年原创动画《Fantasista Doll》（幻想人偶），其角色原案以及卡牌设计是由新锐画师 Anmi 担任设计。

础上添加枝干，细化到故事的大致内容、世界观设定、登场角色等，让人能理解这是怎样的一个故事。

（2）确定制片公司 / 核心 STAFF。在制作样板阶段，制作方会向之前选定的动画公司发出先行开发的委托，并且就先行开发选定核心的 STAFF。首先由制作方、动画公司方各派出制作人（制作方的制作人一般就是企划制作人）选定负责这次动画制片的监督。在选好监督后，企划制作人、动画公司制作人和监督会进行一次碰头会议，商讨动画的基础制作方针、规划先行开发的范围、编成先行开发 STAFF 队伍、选定本体实际开发的 STAFF 队伍等方面。同时，在商讨制作方针时，因为有了动画监督的加入，会为动画的方案带来更多创意。随着不断有新的 STAFF 加入，动画的制作方向也会因应情况有所调整。

（3）制订剧情大纲。在完成了以上两个环节后，接下来便正式开展先行开发的内容。第一个环节是制定动画剧情的大纲。先行开发的目的是为了让人能更具体地对这部动画的内容，剧情的大纲并不需要细致到每个场景的具体状况。为了让阅读的人在短时间内了解故事的流向，故事大纲会将构成剧情的几个重要部分串联在一起。负责执笔的是由制作人与监督商量后挑选出的剧本家，一般情况下这里的剧本家是在本体开发的时候担任系列构成的人选。改编动画的场合需要设定改编的范围，剧本家在阅读原作后将要改编的部分罗列。制作人、监督以及剧本家会在碰头后制订大纲。

（4）制订角色原案。原创动画的场合，制作人与监督会选出负责角色原案的人选。目前普遍会找一些有名的，或者是适合作品风格的插画师来担任角色原案。注意这里的角色原案与角色设定是两种不同的工作。画师根据制作人或监督的要求绘画角色的具体印象，性质就跟“试作机”相似。而角色设计的工作就是将这台“试作机”变成正式在动画中使用的“实战机”。由于先行开发是一次性的，因此制作方更倾向于向插画师，或者是漫画家委托。有名的插画师或漫画家会为原案带来更名气。文学小说改编的情况下也需要到角色原案。不过，像漫画、轻小说、游戏这类型有现成角色案的情况，会在动画公司的原画师阵容中挑选有实力的人选担任角色设计，在原作漫画家或插画师的协力下，制作角色设计案。机战片或者是涉及大量机器登场的，会专门请人来担当机械设计。

有些情况是制作人在企划时就率先指定了负责角色原案的人选，这时候负责原案的人会在早期就参与碰头会议。在需要角色设计的人选，而且没有指定人选的时候，企划制作人、动画公司的制作人与监督在碰头后，会制订一份角色设计的发注书发给动画公司的原画师团队。原画师团队会根据发注书的内容各自绘制角色设计档然后上交，制作人和监督会在收回来的设计档中挑选出与作品印象最为接近的人来担任角色设定。

（5）制作作品印象画：制订剧本大纲以及角色之后，为了让阅读者更加直观地了解作品的印象，会由监督或者角色设计负责绘画作品的印象画。所谓的印象图，一般是能够体现作品风格的美术背景图。通过描写某个场地、建筑物内部或风景等来表现作品的世界观印象。印象画一般会使用彩绘。



↑提供原案参考用的印象画相当于一种概念性画像。作品的气氛一目了然。

角色原案 · 角色设定的流程

动画角色的设定是有一套常规流程的。在没有指定人选的情况下，制作人与监督会向动画公司的画师阵营发注角色设定征集。在交上来的众多草稿中选择画风合适的人担任角色设定。

指定人设人选

发注



企划阶段已经确定人选的，会直接让该人选进行角色设定。



完成

人设选定形式





企划制作人



在交来的草案中，由企划制作人与监督选定其中最贴近印象的人来担任。

监督

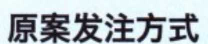
发注



决定好角色设定的人选后，正式发注。



完成



原案发注方式





原案完成

发注



原案完成后，交由动画角色设定绘制专门用于动画的角色设定案。



完成





↑在选定角色设定的同时，制作方可以同时间进行美术设定。美术设定由动画公司的美术部门负责，制作人、监督与美术监督共同商讨关于美术设定的事宜。

6. 制作决定：当投资方、动画公司、播放的渠道、商品化的渠道等主要条件都内定好了，制作方会宣布“动画制作决定”的消息。在宣布制作决定的消息之前，制作方必须将精确的企划书、预算表等书案，以书面请示的形式发到所有相关的机构。在发出了书面请示后，制作方便可向各机构进行正式的商谈。在宣布制作决定后，制作方会动画官方网站并利用媒体资源对外发布该消息。

7. 资金筹备：在发表了制作决定的消息后，接下来就是正式筹备资金。制作方向之前进行过咨询并内定的企业发出出资的书面请示。资金筹备主要有以下几种方式：

（1）独立出资：这里的独立出资是指制作方，即动画方案发起的企业独立承担动画制作中的所有资金。理所当然地，制作方选择独立出资的方式，自然是享有该动画的 100% 著作权。这种形式的资金压力是最大的，制作方必须独自承担所有风险，而且一些规模较小的企业很难掏出庞大的独立资金进行动画制作。这种方式现在基本已经没有企业采用了。

（2）著作权预售：所谓的著作权预售，就是指制作方在动画制片完成之前，预先将著作权相关的使用权限向各企业出售，通过著作权预售来换取动画制片资金的方式。购买方（一般以音像制品公司居多）会根据作品预测销售量并预先支付一定比例的版税，当动画完成制片后即可使用销售权。

（3）融资模式：这种形式并不是向相关的企业筹备资金，而是将动画作品本身当成一种金融产品进行融资的模式。制作方通过证券公司等机构的协助，将动画投放在一般投资者市场征集资金。制作方会以动画的版权作为担保，在日后动画的总盈利中提出对应的部分分给投资者。将一定份额的盈利分予投资者后，动画的版权将完全返回制作方手中。这种方式算得上是最容易筹集资金的模式，制作方以企划制作人作为代表承担起相关的责任，即便制作人自身与投资者是完全不认识的情况下依然有把握筹集资金。但同时它的缺点也是十分明显，一旦动画盈利不理想，以制作人代表的制作公司就会失去市场的信用度。

（4）成立制作委员会：成立制作委员会是目前最常用的方式，其优点就在于风险分散。企划者将动画作为一种载体，提供给那些希望使用动画版权盈利的机构，从而组建制作委员会。企业之间的利益分配根据出资额度的比例而定的，出资份额最大的企业充当干事。制作委员会正式组建后，委员会担起制作方的责任，参与企业各派出一名制作人作代表，以后在动画制作上涉及的各种著作权权限管理、推广模式、财务问题、利益分配等方面，一概由制作会员会承担。

8. 动画制片外包：在确定了以上的事项之后，制作方基本上已经可以进入正式的制片。在介绍制片流程之前，大家有必要知道的日本动画制片存在着“外包”的做法。既然日本动画由制作到制片整个周期耗费的功夫如此大，那为什么日本动画依然能够保持每个季度几十部新番，每年十多二十部剧场版动画呢？日本动画之所以如此高产量，全因在制片过程中动画公司可以根据自已的情况采用外包制片。发展至今，日本动画制片外包的范围早已跨出日本海外，延伸至东南亚地区。

（1）何为外包体系：动画制片的外包体系指，制作方将整套制片工作交给一家动画公司负责（这家公司相当于总承包商，日文写法为“元請”，以下简称元请公司），元请公司将一部分内容以委托的形式外包给其他动画公司负责，在减轻元请动画公司的压力之下，让整个制片过程更加效率化（接受外包的下游动画公司，日文写法为“下請”，以下简称下请公司）。

元请动画公司一般会把作画、背景、摄影、上色或者是 3DCG 动画等映像类的工作外包给下请动画公司。下请动画公司一般都是规模要比元请动画公司要小，有一定底子的下请动画公司会以 1 集为单位承包制片工作，而那些只有工作室

型小规模的动画公司，只会接下作画或动画或背景等小部分的工作。

下请的动画公司会不断累积经验和资本，待自家实力上升到一定地步，便开始主动寻找充当元请的机会。Studio Deen、京阿尼、Shaft、P.A Works、White Fox、ufotable、Arms Corporation、feel.、Silver Link. 等等众多动画公司都是由下请出身。也有一些动画公司如 Asahi Prduction（旭プロダクション）、这种“专注打工三十年”的老牌下请公司，由1973年成立至今，除了担当过数次元请之外，其余时间都是个专业打工的，甚至还在中国开办了一家无锡旭阳动画有限公司，专搞“现地化”外包工作（无锡旭阳就是“革命机剧透事件”的当事人）。下请动画公司的名字一般以“制作协力”的形式出现在片尾的制作名单之中。同学们在看动画的时候发现有画崩或者明显有“老师，这家伙的画风跟我们不一样”时，或者可以在片尾的制作名单中找到信息。

（2）日本动画外包体系的背景与发展：电视动画在草创阶段并不存在外包体系，像虫 Production、东映动画这些原祖级别的动画公司，作画、美术、摄影所有的工序都在必须在舍内完成的。但是，毕竟公司再大，人手设备各方面还是有限的，要赶上一周一集动画的进度基本上不现实。即便勉强能完工，也会导致员工的过劳，在制作《铁臂阿童木》时甚至出现了 STAFF 过劳死的严峻现象。为解决问题，虫公司立刻向其他动画公司外包了一部分内容。

随后，从虫公司、东映动画这些大规模企业中流出了一部分有足够经验的动画师，创办了好几家动画工作室开始接分包工作，Mad House 也是其中一家。分流出来的动画工作室在承担分包工作之余，也会不断吸收新的血液。20世纪60年代的日本动画界就是靠着带着虫公司、东映动画血液的动画工作室来支撑过度的。

随着外包体系雏形的成型，新晋的动画工作室一个接一个地出现，而且各有针对性。有些工作室自家会有在席的演出家，像亚细亚堂、Juniojpn、MagicBus 等工作室就提供演出到作画的服务；Trans Arts、Gallop 等是专门做赛璐珞摄影工作的；而像 Studio Deen、E&G Film、京阿尼、Shaft、ufotable 这些现在有名的动画公司，当初都是以提供上色服务起家的。另外，在这个时期里很快就出现了由制作人、监督、剧本家等核心人员组成的监执型工作室，这些工作室很快就从下请专为元请。随着工作室的业务增多，实力不断增强，众多工作室都发展成小型动画公司的规模。

如果单纯只有日本国内的动画制片外包，外包体系并不算是正式成型。随着日本国内的开设工作室的成本增加以及人力资源的枯竭，外包体系的范围开始向日本国外延伸，并以持续增长的趋势发展。最初实行跨国界外包的是虫公司。据说在1970年代起，虫公司就已经在中国、韩国这两处相邻的国土里设立旗下的分公司，由总部派遣有经验的 STAFF 到现地执行制片方面的指导，聘请当地人担当执笔作画工作。这样的做法是利用当地廉价的租金以及大量的劳动力来弥补日本国内的不足。以东映动画为例，东映在菲律宾寻找合作方开办了一家合资公司 EEI-TOEI（后来改名 Toei Animation Philips），由作画到上色，连同背景在内的一整套中期制作（后述）都在社内完成。成品会通过东映搭建的专用网络传送回东营本部，成功制定了一套动画量化体系。

发展至今，下请动画公司已经遍布东南亚地区，以中国大陆、韩国为核心，台湾地区、香港地区、朝鲜、菲律宾、越南等地方下请动画亦相继出现。当然，下请动画公司并不是单纯地对应日本动画，欧美动画公司也会在东南亚地区寻找接受外包的公司，只不过是欧美做的是3D、日本做的是2D而已。

然而，外包体系确立的同时，也为动画制片带来了一个严重的问题，那就是我们经常提到的“作画崩坏”问题。作画崩坏并不代表日本本土

以外的作画从业员技术偏低的缘故，而是由于大量的外包工作，加上元请公司在时间表管理上不现实的安排，导致下请公司很难确保充足的作画时间。但由于下请公司的有合约在身，因此大部分下请公司都会倡促办事，以确保准时完工为前提。由于工期短促，交回元请公司的画稿即使作画严重，作画监督也来不及进行作画修正，导致了大量作画崩坏的事件发生。

作画崩坏的问题在进入 2000 年中期的时候尤其严重，2006 年开播《夜明前的琉璃色》里的“卷心菜”事件，还有 2006 年开播的以极低质量而闻名的《MUSASHI-GUN 道》都是“名留青史”的作画崩坏问题。来自观众如潮般的恶评使日本业界意识到问题所在。自 2007 年开始，日本动画开始控制海外外包的数量，并且不断在改进制片的模式，促使了一些新的“省钱”表现手法的出现。进入 2010 年后，日本动画的整体作画质量已经比以往有了大幅的提高，但依然残留着作画崩坏的问题，而目前普遍的做法是在 BD/DVD 中推出修正版。



↑ 2006 年开播《夜明前的琉璃色》的其中一集里出现了一个球状且毫无细节的“卷心菜”料理过程，因而“留名青史”。



↑《南家三姐妹》在第一季播出时受到不少好评，可惜在后续的第二、第三季，作画水平实在惨不忍睹。



↑ 作画崩坏问题其实一早便存在，上世纪末的众多作品屡次出现作画崩坏，只是当时观众们的要求并没有现在高而已。



↑ 偷工减料也是作画崩坏中例子经常出现，这种情况一般会出现在一些离镜头较远的角色或者充当“背景”的角色。

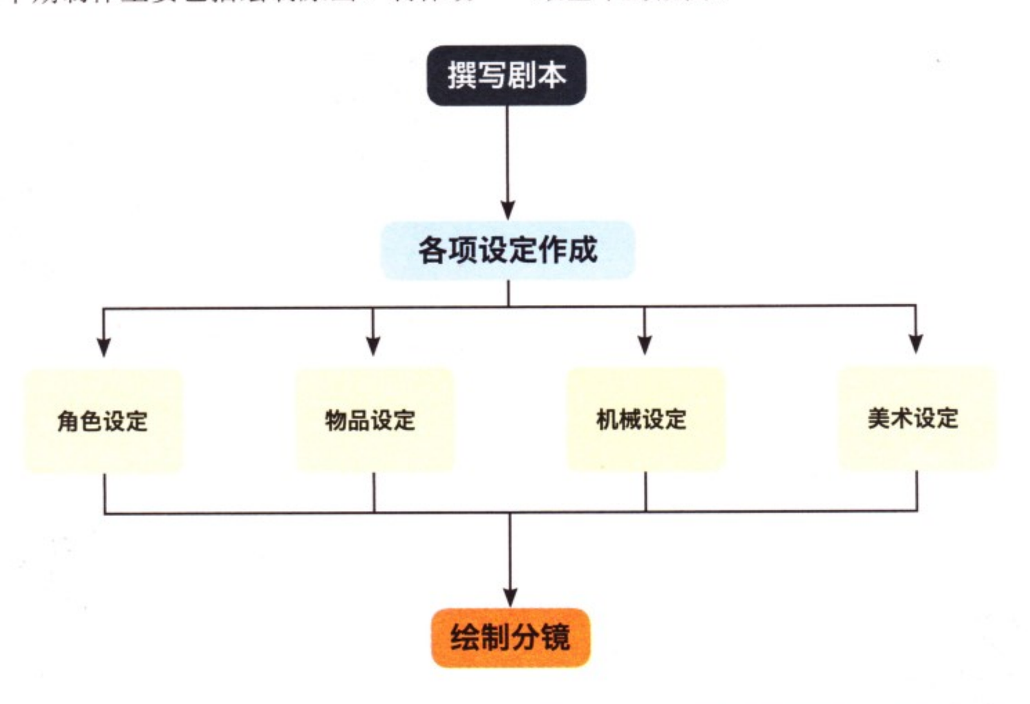


↑ 还有如上图般人物出现跨装肢体作画的现象。有些是故意利用“崩画”来凝造画面感。买不买账那就因人而异了。

3. 动画制片流程——前期制作

在正式宣布了动画制作决定后，动画公司便可以按照固定模式执行制片流程。而所谓的动画制片，并不是指单纯地画原画然后做成动画这么简单，整个流程里包含了三个阶段，十多个环节。动画制片三个阶段分别为：前期制作、中期制作和后期制作。前期制作主要是以企划为起点，制作剧本、角色设定、机械或道具设定、美术设定、制作分镜。中期制作主要包括绘制原画、制作动画、上色、绘制背景，有必要的还会制作3DCG动画。后期制作包括摄影和影像编集，以及配音、BGM和效果音等声音录入。

每个阶段都有很详细的工序，比如是正式制片的第一步必须是撰写剧本，然后根据剧本的具体内容进行详细的设定。而在不同的动画公司之间会因具体部门或参与人数的差异，制片过程中会出现一些细微的差异。以下为大家展开的，是最基本的做法。



(1) 撰写剧本

①何为剧本：剧本也就是脚本，脚本一词来自日语汉字，意义相同。动画的剧本是根据企划方案中的剧情大纲进行扩充描写的。动画的剧本与电影、电视剧的剧本有所区别，同样是描写场景，但由于动画剧本的本质是为了让接下来的分工（包括分镜、演出、作画、背景等）作一个具体的参考，相当于用文字来表达每个场景的具体构图。撰写剧本的具细与否将直接影响动画本身。因此，动画剧本是制片环节中最基础的部分。剧本的内容是直接对剧情各个场景的局部描写，剧本里会表明某个场景的环境、登场人物、对话内容、动作描写等细节。

一般情况下，负责剧本的是由负责制订故事大纲或原案的人来继续执笔。也有情况是故事大纲、原案由监督负责写的，那么在这个阶段里会另外挑选执笔人来担当剧本。正如“制作人员”部分中提及的，由于TV动画设计庞大的文字量，全部交由一个人来负责撰写的话，进度会大幅落后。担当剧本的人会成为系列构成，然后挑选数名剧本家进行分工。系列构成在把握好故事的整体内容后，规划出“第○○话～××话是什么样的情节”，分好块之后按人头分配。多数情况是由一名剧本家负责一个独立章节，这个独立章节若内容量较多的，按量分给二至三人合理。

比如动画版的《约会大作战》。《约会大作战》原作小说的特点是每一卷会围绕一位“精灵”来展开故事的。担当系列构成的白根秀树将小说第一卷安排在第一～三话，第二卷安排在第四～五话，第三卷安排在第七～九话，第四卷安排在第

十～十二话，中间的第六话加入了原创剧情过渡，请来了原作者橘公司提供剧本原案，由铃木贵昭负责写成剧本。而白根秀树自己担任主写手，负责撰写第一、二、四卷的剧本，即第一～五话，第十～十二话。

②剧本执笔：剧本中会表明场景并编号，并注明该场景发生的时间、地点。有特殊情况的会追加说明，比如某处用上回忆杀（回想场景）的，会标明该场景具体出自哪个场景编号。场景中出现的人物，会详细描写该人物的状态、衣着或表情神态。台词会以“人物名称＋对白”的形式出现。以下让我们实际看看吧。下面是剧本范例（收录于幻想嘉年华第三季 Fate/Prototype 设定集『Prototype Material』中的脚本。）：

◇场面 0 ／天之崩落（前）

场面位于副市中心 · 地铁隧道内

（※OP 里使用的编辑过的场景。在故事中结构相当于中盘最后的部分。）

市中心地铁，午夜零点。空无一人的站台。Saber 与 Archer 分别位于上侧和下侧两个站台。两人都身着便服。毫无人迹的地铁隧道看起来宛如神殿。

Saber 为了治疗绫香，已经搜寻了 Berserker 的 Master 一整天。神情看起来既疲惫又焦虑。

而正在此时，Saber 感知到了同属于 Servant 的气息。他在了解到对方是在向自己邀战后前往地铁站台，而已经两度交锋过的强敌——Archer 正面带桀骜笑意地在那里等待着他。

Archer “好久不见了圣剑士。已经七天没这样见面了吧？”

“怎么了，你这无精打采的表情算什么。笑吧。既然已经和本王相遇了，就给我灿烂地笑。胜利女神可是只会对即便身处窘境也会享受其中的人微笑哦？”

“没错——即使自己的 Master 的命只剩下一天而已，作为本王的劲敌就该笑着。假如不这样的话，就非得蹂躏他不可了。”

Archer 从容不迫。Saber 始终沉默以对。

Archer “真无趣。本王还曾以为你是个和煦如春的男人呢。真是浪费了你英俊的脸啊 Saber？”

Saber “……要说浪费的话是彼此彼此吧 Archer。你才应该改掉你的油嘴滑舌。简直没品得无药可救。”

对于 Saber 的反唇相讥，Archer 露出了愉悦的笑容。

Archer “别这么说。本王也一直认为饶舌和挥霍是坏习惯。但是，你或许没法无视这些坏习惯吧？”

Archer 取出了一个神秘的玻璃瓶。

Archer “本王的宝库里宝物实在多得数不胜数。虽然不知道侵蚀着绫香的毒究竟是什么，但是这世间可是有着所谓可解百毒的万灵药。”

Saber 的眼眸中暗光涌动。

Archer 对瞪着自己的 Saber 露出狡黠的笑容。

Archer “本王的 Master 实在是个无聊透顶的男人。他说就让 Saber 组这样自生自灭。让 Master 因为毒药而倒下，但是……”

“真是无药可救。他是那种慎重到了畏畏缩缩，会眼睁睁错过一切好戏的类型。胜利的确重要。然而，有时可憎的劲敌比黄金更珍贵。从心底想要杀死的对象，一生中只有一个。你不这么认为吗，Saber？”

两人都陷入沉默。

Saber “——也就是说？”

Archer “想要的话就来抢吧。”

Archer 傲慢地挑衅。气氛一触即发。

地铁列车此时通过。而在列车通过后，两人都已换上武装。

Archer 将玻璃瓶掷给 Saber。

玻璃瓶于站台和站台之间，铁轨上方飞舞着。

Saber 为了抓住玻璃瓶驱身而出，而 Archer 面带凶恶的笑容，宛如要伺机给予 Saber 一斩般一跃而出。

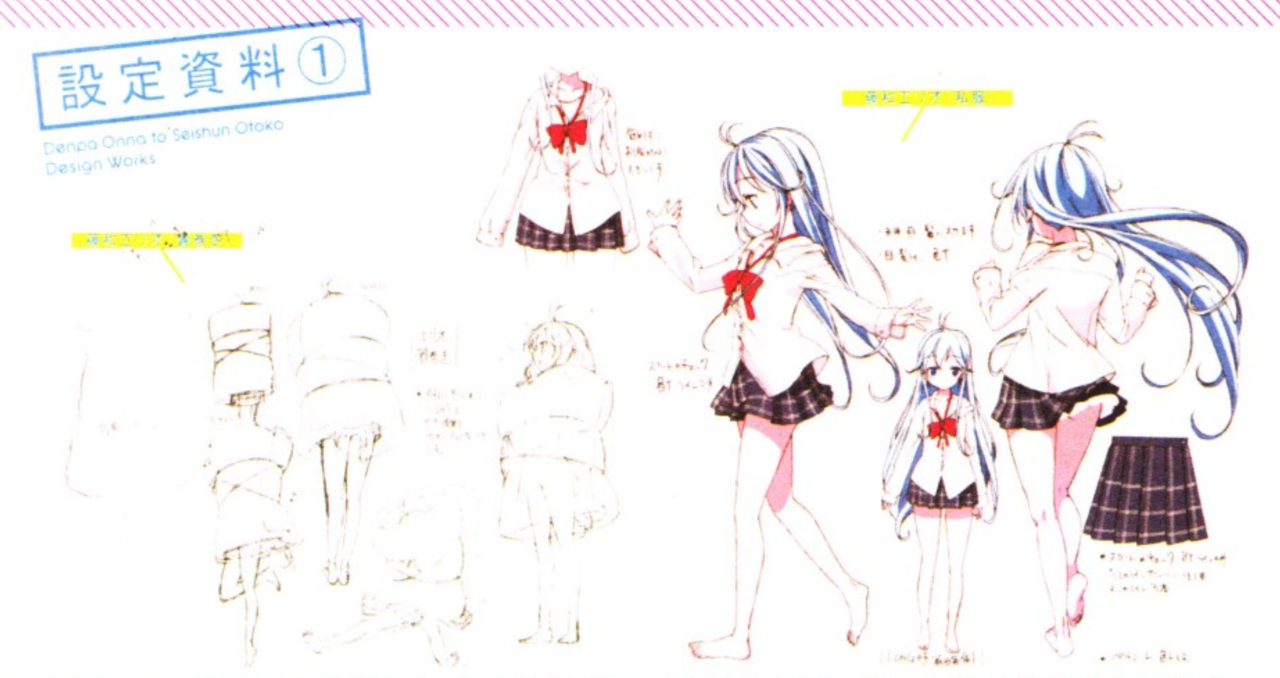
二人身形交错。战斗开始。

（2）角色设定和各种设定：

①角色设定：不论是改编动画还是原创动画都必须通过角色设定这一步。或者大家都会想："漫画或者轻小说的角色原案直接用在动画中不就行了么？"，但实际上，动画顾名思义就是会动的画，相比描写在纸上的静止画，动画人设必须符合"容易被做成活动画像"的原则。脸部造型、发型、服装等等元素都要根据角色自身的性格，预测其行为特征来设定。同时，漫画家、插画家所画的静止画像毕竟会带有浓厚的个人特色，对于以团队制作的原画阵来说，几乎不可能要求每个人进行模仿。因此，角色设计者必须根据自己的原画阵容，在对动画的理解以及对自家团队画风的了解下进行设定。

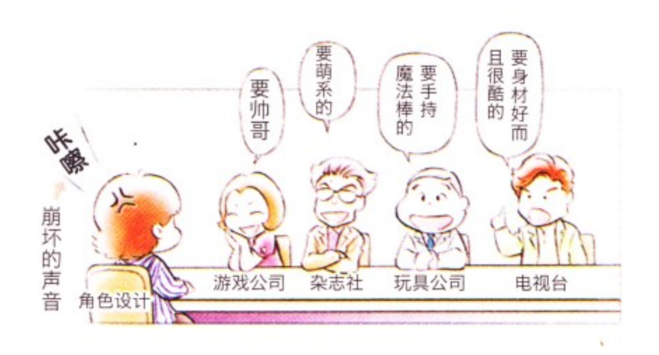


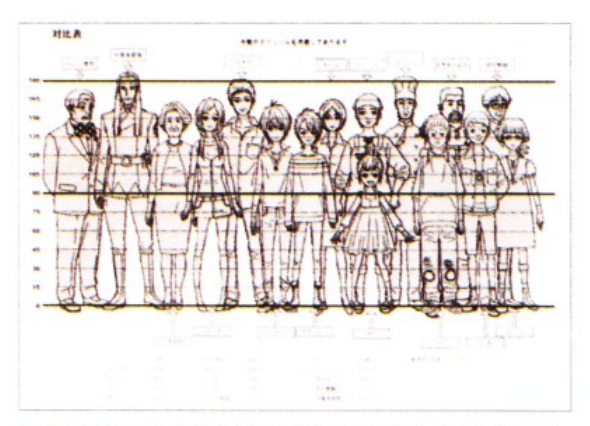
↑人物设定集里基本会将一名角色的全身像和喜怒哀乐各种表情都画进去，目的就是为原画阵提供一个参考。一些作画中需要注意的细节也会写进角色设定集中。



↑角色设定集中同时会进行角色的服装设定，有不同穿着的情况会专门准备多套服装。另外，向藤和艾莉欧这种有"棉被女"特殊形态的人物，会在角色设定中注明。

◇角色设定会议：在角色设定的过程中必须进行一次角色设定会议。出席这次会议的不单是企划制作人、动画监督和动画角色设计者，还有由“制作委员会”所派来的数名制作人。也就是说，有份出资的机构（电视台、出版社等）都有权参与角色设计。原因是，能够为一部动画带来后期收入的，往往就是剧中受欢迎的角色们。因此，各制作人会在角色会议中表明自己的立场，提出相关的“建议”。比如说，某电视台专门针对女性群体的，电视台制作人也许会要求主人公是个帅气男生或者是有魅力的大叔；有手办生产商参与的，该厂方的制作人可能会要求萌系的女性角色；有玩具厂家参与的，又会要求男、女主角是个会变身的魔法少年/女，变身时会使用道具等……各种各样的要求在与动画监督的商量下进行，角色设计者这里的工作就是现场整理所有人的信息并快速画下草图。虽然过程中基本上是天马行空的，但企划制作人会对作品的整体方向设下底线。





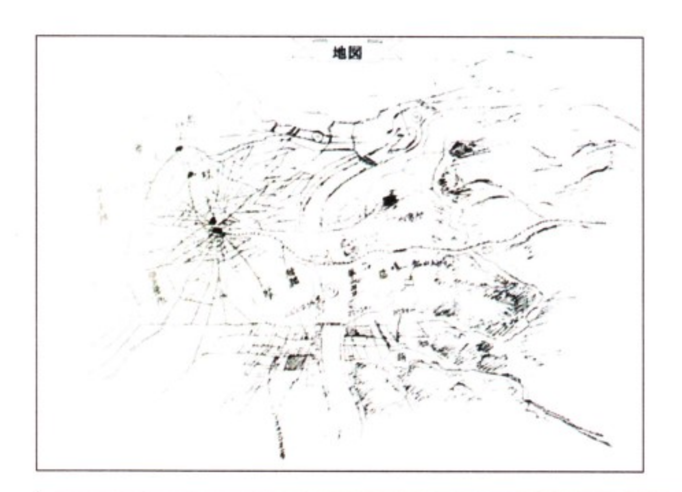
↑动画中所有的登场人物都会画在一张名为“角色对比图”的设定中，目的是让原画阵更好地理解角色之间的身高体型差，以防止动画出现奇怪的比例。

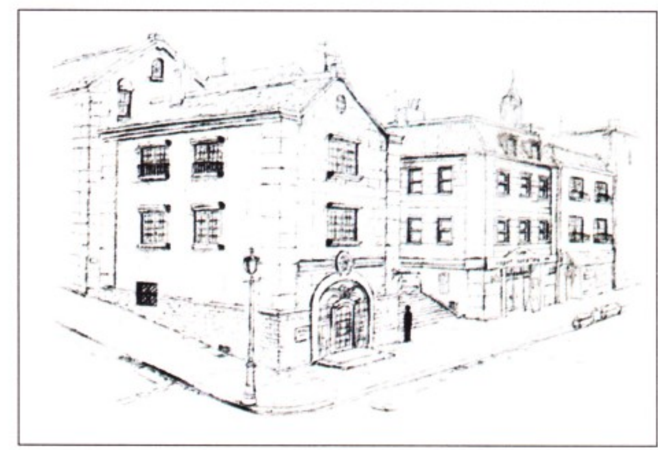
②机械设定/物品设定：除了角色以外，在动画中出现的各种各样的机器、小物品都有一套固定的设定集。对物品、机器没有特别要求的，一般都由原有的原画阵容来负责设计。但对于一些例如机战片、未来科幻片等对于“机械”特别有要求的，一般会请来专门的机械设计负责设计。一些涉及战争或真实兵器的，还需要一名专业的军事考证。由于活动机械的作画工序十分繁琐，因此，现在普遍的做法是当机械\物品的设定一旦稿订好，便会立刻着手制作3DCG模型，以节省作画功夫。

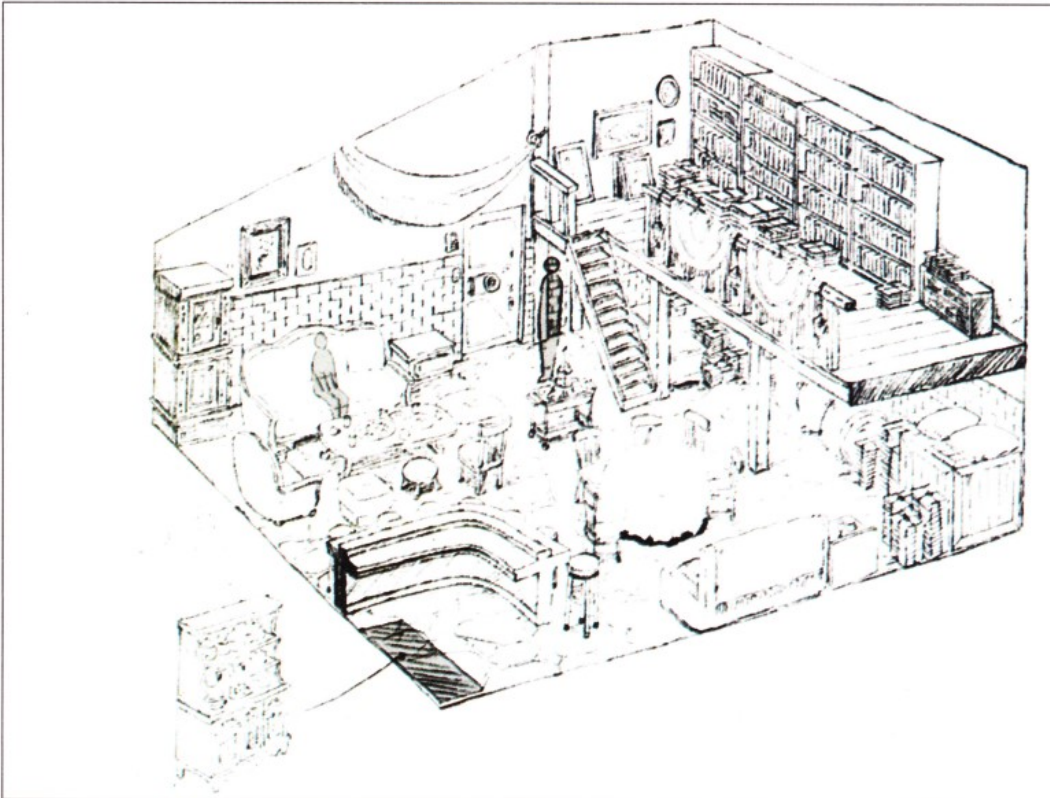
③美术设定：美术设定主要包括了充当作品舞台的地域、大风景、建筑物的内外部。美术设定的主要作用是提供作品世界观的参考，利用各种设定的效果让画师更好地把握作品的风格。但毕竟美术监督是不可能对整部动画中每一个细场景都提供原设定稿，一般会由负责该场景的背景画师根据设定集的风格自行创作，最后由美术监督把关。美术设定会分别制作黑白线稿以及彩色模板。



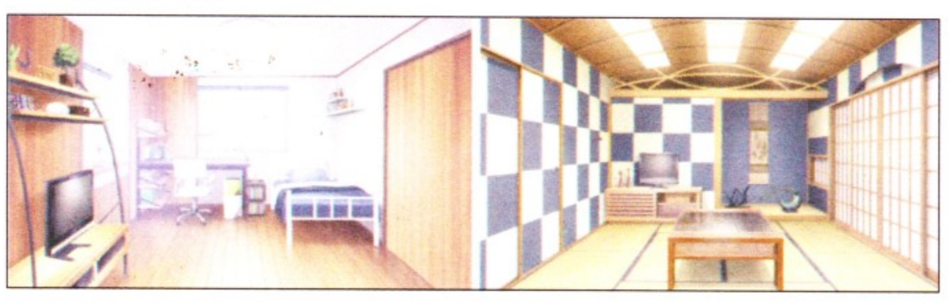
↑由于机械、小道具等通常会在动画中出现不同角度的描写，因此设定图里除了物品的全貌图外，还有各种细节上的描写。







←↑美术黑白稿与角色设定同理，会在有需要的会加入注释，方便作画者更好地理解。





←美术设计者会针对作品中某些重要或经常出现的场景制作彩色模板。彩色模板会比黑白线稿更形象，更能让作画者理解作品的世界观印象。

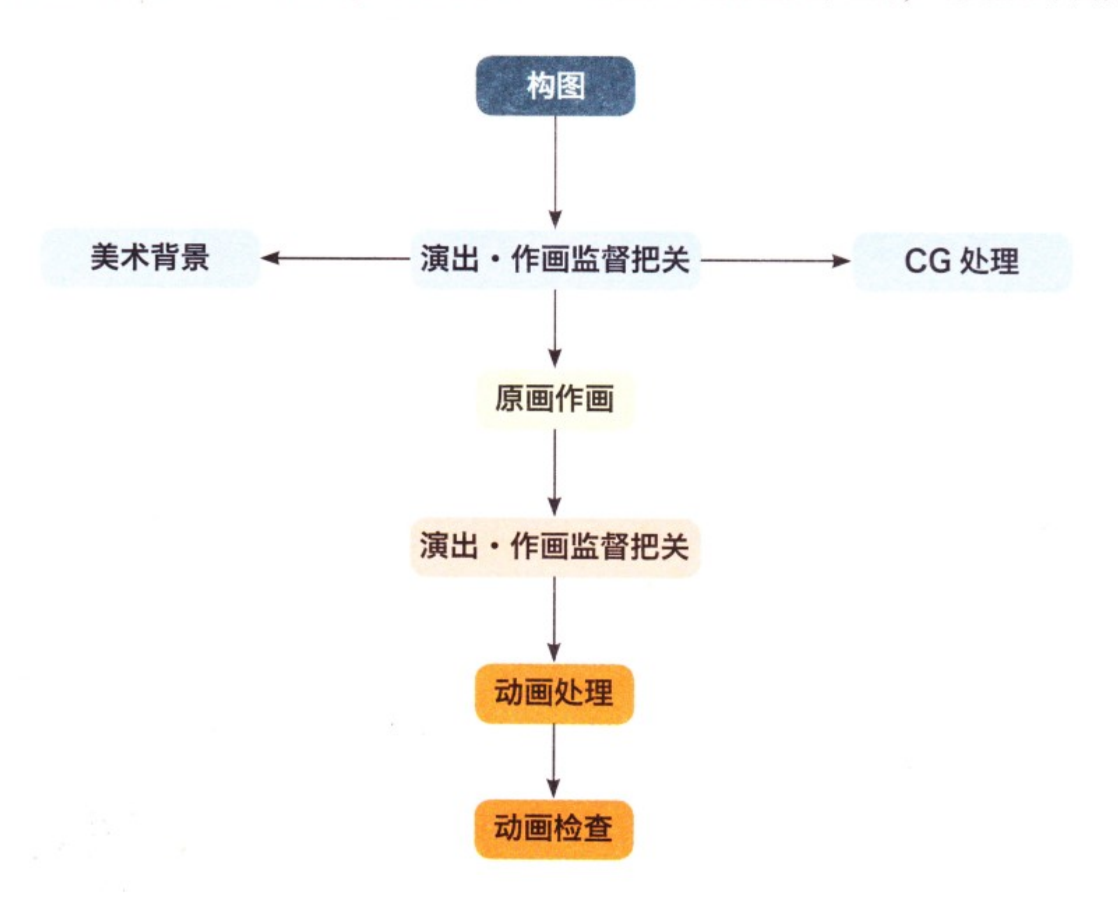
(3) 分镜

分镜在剧本和各种设定的基础上进行绘制的。分镜对于一部动画来说十分重要，可以说是动画的设计图。应该如何作画，涵盖哪些内容，人物有哪些表情有哪些台词，有哪些特效或甚至需要哪些特殊音效都会写在分镜表上。分镜会因应制作者的风格而有着不同的版本。分镜不会只用插图来说明，一定会附有简单的文字等叙述详细解说该场景的内容。变化少的场景以一个画格说明，而有大幅变化的会跨好几格为一个场景作解说。分镜会根据时间表来制作，有些一个镜头持续好几秒的，会占用好几个分镜的分格。在制作分镜前，监督、演出家和分镜师三个位置的人会进行一次碰头会，商量方针、构图以及原画师就是根据分镜表进行作画的。以往分镜都是由动画监督负责绘制，但随着工作量的增加，分镜会以一集为单位，交给专门的分镜师和演出家来负责。负责分镜的人的名字，一般会出现在动画 ED 的开端。

①场景以及编号
②画面
③内容
④台词
⑤秒数

4. 动画制片流程——中期制作

中期制作就是实打实，正式进入作画并制作成动画的阶段。中期制作必须在前期制作的各项准备完毕后进行，根据动画的剧本，将动画中的各项设定，对号入座地安插在已经做好的分镜表上，由原画制作成动画，上色并添加背景，有必要的地方加入 3DCG 动画。这就是中期制作的整体流程。为方便大家理解，可参照以下图例。



关键名词

・构图

构图指每个画面需要的成份。若把分镜比作是一棵树的枝干，那么构图就是为枝干添上叶片的工序。

・原画

原画主要是指每个场景中的人物的画像。原画主要是用来做成动画的素材，构成人物每个动作的关键画像称为原画。制作时间表也是原画师的一个工作内容。

・动画

顾名思义，这里的动画是指将原画制作成活动的画像。原画由演出及作画监督负责把关，而动画则专门交给一名经验丰富动画师来担任检查。

・演出

演出相当于一个小组长，负责担当集数的把握。演出通过理解作品整体的风格，来对自己负责部分的作画进行指导。

・作画监督

作画监督是演出的重要协助角色。演出的主要任务是对下传达作品的风格，而作画监督就是在演出的旨意下进行作画方面的指导以及把关。

作画具体流程图

作画队伍就分镜进行会议

↓

原画师进行构图

↓

开展美术背景作画 ← 演出检查构图 → CG 处理

↓

原画师绘制原画

↓

演出检查原画

↓

作画监督检查及修正原画

↓

进入动画工序

(1) 分镜会议

分镜虽然是一部动画在画面方面的骨干，但它毕竟只是一张草图。而且，关键是分镜的内容是由一个人来制作的，要让参与作画的队伍对分镜进行理解，在正式动手作画之前必须开展一次会议。由演出、作画监督会一同参与会议，分配工作和决定作画用的素材，要怎样才能迎合作品的设定，要怎样才能表达出分镜中的效果，加入哪些元素能更好地表达作品的世界观等等。另外，如果涉及 3DCG 制作的，这时候会罗列出需要制作的部分或者道具之类的，并且让 3D 部门准备素材以及试作样品等。

(2) 构图

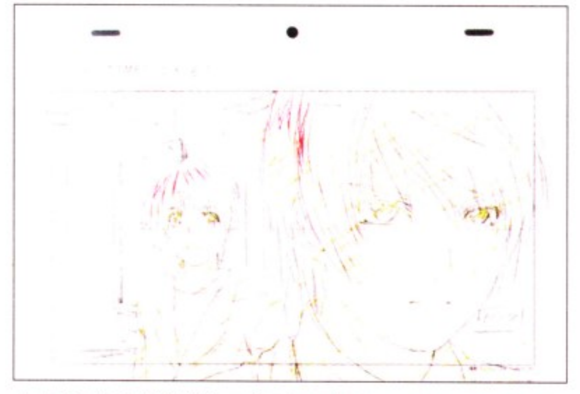
分镜是一部作品整体的设计草图，而构图就是在分镜的基础上制作出每一个画面的具体设计图。为了使画面能够更精准地表达内容，构图阶段会给出图面需要效果的指示，如镜头效果、特效、背景图指示等，目的是告诉对应负责人员画面需要的效果元素。构图主要以角色人物（原画）为中心开展，包括画面中角色出现的人数、角色之间的距离感、光源的位置，以及考虑镜头与镜头之间如何衔接等等。构图的好与坏直接影响到作品成型后的效果。



构图中重视的三点：

①镜头的距离：制作动画与拍摄电影相似，

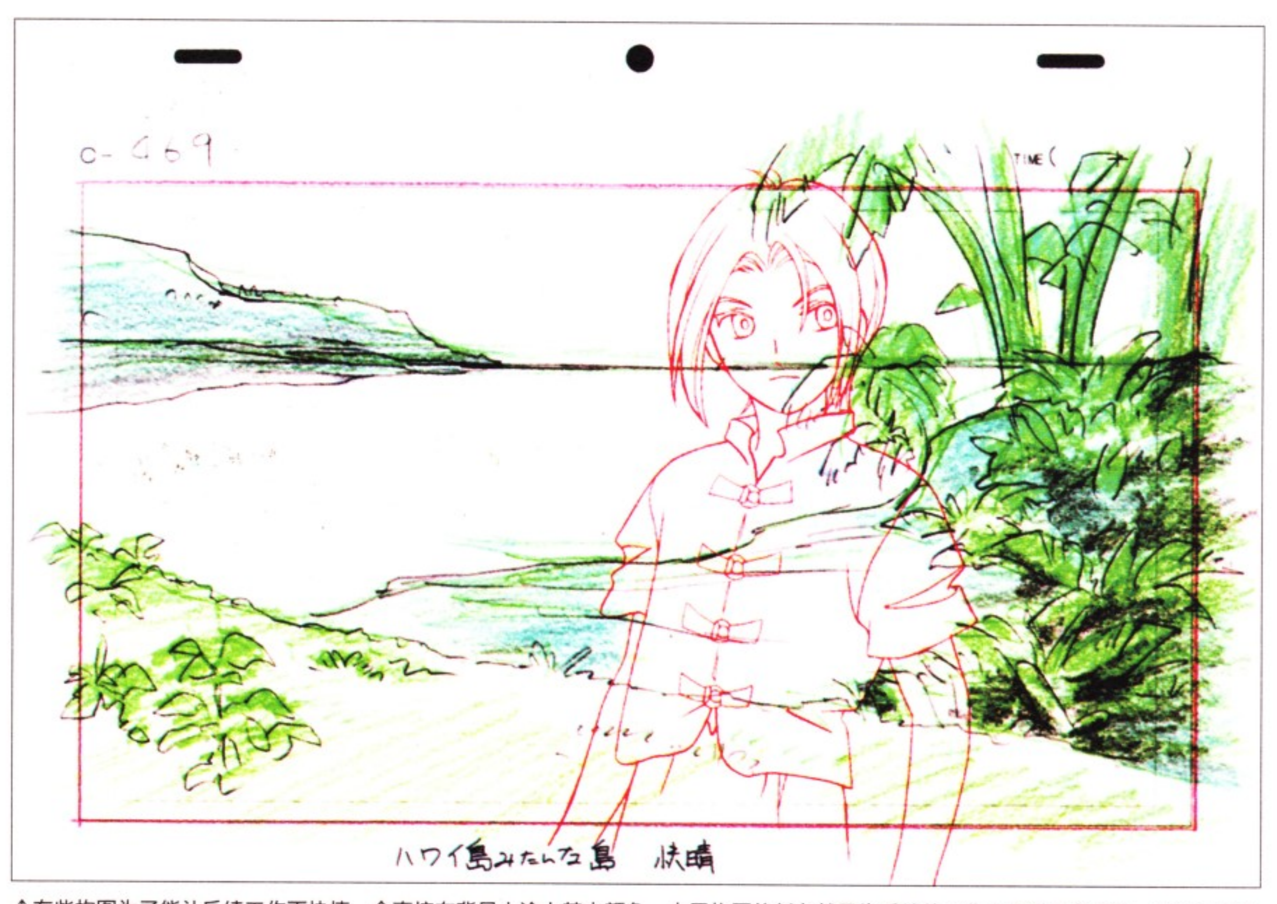
画面的构成有远近之分。想要表现场景的时候，一般会使用远景，人物缩小并具体描写周围的景色；想要表现人物全貌的，镜头会着重描写人物的全身像；半身像一般用于对话，能够看清楚人物的表情以及头部动作；脸部特色主要是突出人物的表情和心境描写，这时候背景的景色会做成模糊效果。根据镜头的特性，同学们可以更好地理解画面想要表达的效果。



↑黄色与红色的部分表示的是原画部分，是需要制作成动画以及上色的部分，这部分交给原画师绘制。背景草图交给专门负责背景的小组处理，然后再转交摄影小组进行组合。

②镜头的角度：镜头的角度能够更好地表现画面的立体空间感，主要表现在平视、俯视、仰视以及角色之间的距离。镜头的角度除了能让画面更具立体感之外，更是让观众提供一个更加客观的视点。合适的角度，更能让观众对人物形象产生印象，比如仰视角度能够表现人物的高大形象，而俯视角度可以表现出人物在场景中的气势等效果。人物之间的距离是表现场景立体感的重要表现手法，人物较大着则离镜头视觉较近，人物较小着则离镜头视觉较远。人物与人物之间的大小比例更能显示出两者之间的距离。大小比例的控制考验的是原画师的几何距离。

③人物位置：在构图中，人物的位置显得十分重要。构图是用来表达画面信息的，而人物的位置往往是影响画面想要表达的信息。简单来说，就是通过人物的位置来判断，这副构图需要让观众看的是什么。



↑有些构图为了能让后续工作更快捷，会直接在背景上涂上基本颜色。由于构图的任务就是为后续的工作人员进行参考的，原画与背景分别进行作画，因此背景可以按情况调整。

(3) 原画

原画就是占据画面重心的人物的关键画像。原画的目的是为了制成动画而准备的，所谓的关键画像指的是一套连贯的人物动画中，所含有的关键的数张表示人物动作变化的画像。动画有八帧和十六帧之分，理论上来说，动画中每一帧都是由不同原画来构成，帧数越多的，动画就更显得流畅。可想而知，要完美追求动画的流畅平滑，对于原画的作画精细度和数量要求是何其高。忽略静止画面按全程满帧数计算的话，一集 30 分钟的动画需要做超过一万张原画。而实际算下来，平均每一集动画需要准备五千至七千张原画。假若原画队伍由 20 人构成，按照理想进度在一周内完成 1 集动画，那么平均每位原画师需要画上 35 张以上原画。这工作量不是一般的可怕。因此，日本的（2D）动画基本上会采用一张原画持续三帧的做法，并区分开“原画”和“动画”两种画像（后述）。目的是节省成本和周期效率化，关键画像也是由此而来的。大家可以将关键画像理解为一套动作里面的几个关键的 POSE。

另外，原画的关键画像也会根据内容来区分形式。比如是描写对话场景，假设人物只有对话没有动作，原画只需要一张完整的全身像就够了。在绘制原画之前会预先准备数张眼睛模板和嘴型模板，若只有对话的画面，人物一般只会动嘴巴。原画师绘制好人物后，动画师会根据台词的长度加入各种嘴型模板，如此类推。而当人物只有局部地方，比如头部或者手部动作的，原画师需要准备构成头部或手部动作的关键画像，人物的身体（没有动作的部分）只需要一张原画就足够了。原画素材会通过动画师加工后交给上色的部门进行合成。当然，有良心的作品，动作方面一定有所追求。大家可以在实际观看的时候，利用逐帧播放的方法观察画面里究竟出现了多少张原画，利用此方法能够粗略推测制作方的用心程度。

另一种判断原画功力的方法就是观察人物的动作，尤其是活动明显的肢体运动。原画所画的虽然是 2D 人物，但既然它描写的是人类，那就应该画出人类动画的“科学姿态”。运动系的作品尤其明显，比如是棒球类的，挥棒头球时人体整体是需要做预备动作的，牵一发动全身而不是单纯的手部运动。篮球、网球、游泳类型的也是同样道理，射篮时需要俯身，扣杀时需要起跳，跳水时人体在空中的弧度等等。在观赏作品的剧情、人物关系、世界观设定之余，多观察观察原画的作画水平，能让你更好地欣赏得更细致。

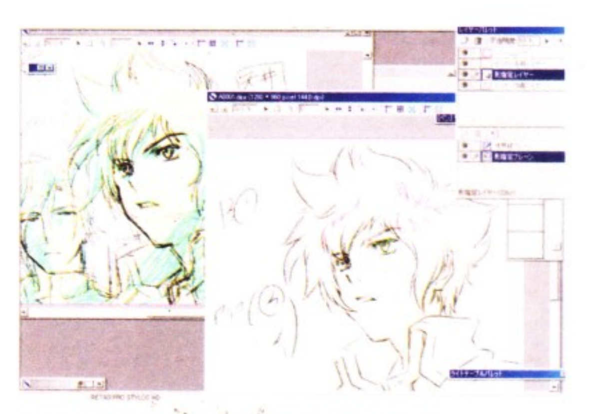


↑上图中把一次投球动作分成了四张关键画像，每一张关键画像都是画着投球动作里面最关键的动作——站立→准备动作→蓄力→投出。同时，在每张关键画像都是在注意人物重心的前提下绘制的。

(4) 动画

为了效率化，日本动画分为原画和动画两种，这里的动画指是联系原画与原画之间，使两张原画之间的变化更合理的“中间画”。若把原画当成“点”的话，动画中需要的中间画就是用来牵引点与点之间的“线”。制作动画的具体步骤如下：

原画美化（clean up）
↓
中间画
↓
动画美化
↓
动画检查



↑上图中的两张画，左图为构图，右图为原画。

动画制作由专门的动画组来负责。动画师从原画师那里拿到了原画，这时候的原画处于草稿状态，动画师需要小心地将写在原画上的指示信









息消去，然后根据原画与原画之间的动画，制作合适的中间画，完成后再次进行画像的美化。由于这一步骤直接到下一步的上色，因此动画师需要在有必要的地方添上标记，例如需要镂空的地方添上小标记等。目的是让后续工序更精确。

Annotation
名 词 注 释

电子化制作：随着技术的进步，目前已经告别了 20 世纪常用的赛璐珞作画，转换成电子化的作画环境。构图→原画→动画这一连串的工序能够通过数据化来优化过程。其优势在于工作效力的加强。以往的作画需要大量的原稿纸张，不论是作画还是工序之间的交接都需要抱着大堆的纸张，这种方法实在是过于繁琐。同时，大量的原稿纸还需要存档的地方，而且作画的效果受纸张的质量影响，不论是经济还是效率都是不合理的。现在电子化的作画环境，不单为工作人员提供了便捷的原档管理和交接，还能够更好地控制作画的质量。当然，尽管电子化发展得如何，“画”本身依然需要人手作画是无法改变的。所以，原画、动画以及背景的原图一律需要先在纸上进行一遍，然后扫描到电脑中进行加工处理。

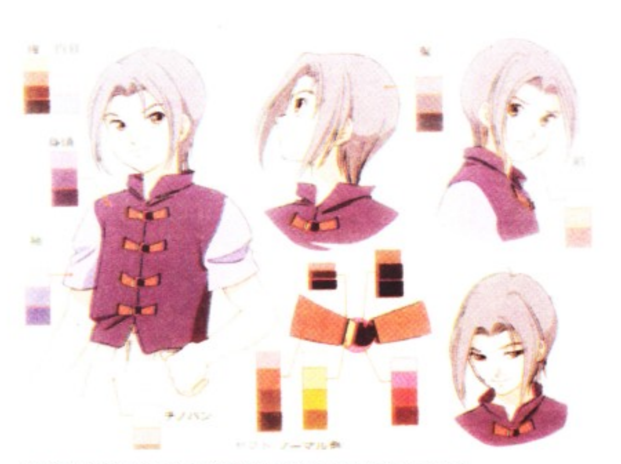
(5) 上色

动画画像完成后，要使它成为一张完整的摄影素材，必须对其进行上色加工。这里涉及到两个关键的步骤，一个是色彩设定，另一个是颜色指定。两者听起来貌似都在说同一样东西，但两者在定位上有所差异。

色彩设定的作用主要在该阶段的前期，它关乎到整部作品的“标准颜色”。所谓的标准颜色就是指一个角色或一件物品在常态下的颜色。但一部作品中不会永远只处于“常态”，有白天也有黑夜，有光鲜的也有黯淡的。打一比方，在现实生活中，每当大晴天时，我们看到的事物都是偏光亮的，那是因为有阳光的反射效果。相反，在阴天的时候，看到的所有东西都会灰暗的，因为乌云遮蔽了太阳的直射光。在动画中也是同样道理。

颜色指定的作用就是让画面在不同场合下显示出有现实质感的颜色——白天的标准颜色是什么，晚上的标准颜色是什么，阴影深浅度的标准如何……颜色是影响动画观感效果的重要元素，因此上色的步骤是十分重要的。色彩设定以及颜色指定同时又指相关的担当人物。

色彩设计主要体现在前期对整体色彩的设定。在上色阶段，主要体现作用的是颜色指定。在接到动画部们传递过来的原画、动画原档后，颜色指定会先制作一个实际的上色范本，包括人物在常态、高光、阴影等环境下的颜色，上色队伍根据范本进行每张素材上色。另外，遇到需要合成(局部活动原画)，会分别上色后进行合成。



↑颜色指定对于作品的整体感觉起到重要的作用。

(6) 美术背景

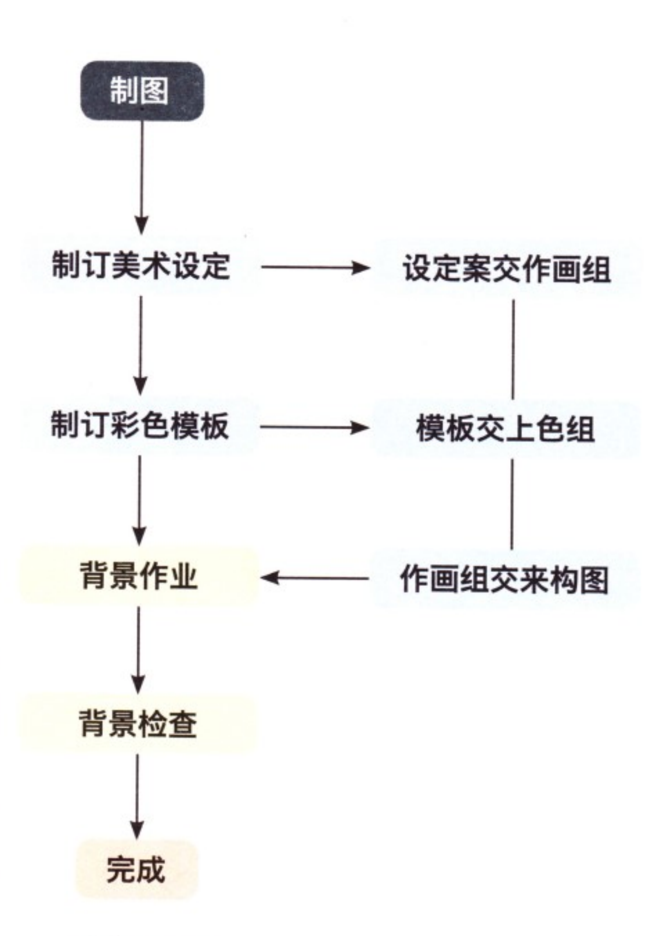
牡丹虽好全仗绿叶扶持，构成画面影像的两大因素，其中一个是描写角色的原画，另一个便是为角色提供一个具体视觉舞台的美术背景。好的美术背景会大幅影响作品的印象，为观众提供一个更好地理解作品世界观的空间。





↑美术背景现在的地位越来越高，一些动画公司更是以背景作画漂亮而著称的。

在制订美术设定之前，担当团队会就作品进行一次研讨，决定好作品的风格和方向后才开始进行设定。有必要的时候还会组成外景组，到特定的场景寻找素材，也就是俗称的真实取景。目前有不少作品为引起“圣地巡游”，在制订美术设定时都会专门设立外景班到实地取景。一些与地方电视台合作的动画更是如此。美术设定完成后交给作画组，目的是为构图提供参考。彩色模板是基于美术设定向实际操作的staff提供参考的样板，目的是让上色组能够更准确地理解作品的世界观。美术设定和彩色模板都必须在制片的前期完成。待作画组把构图完成后，背景组就可以正式进入绘制背景的阶段。完成后的背景画由美术监督负责检阅。



（7）3DCG

发展至今，3D 动画已经不再是什么新鲜的玩意了。美国动画很早就投入了 3D 动画制作，实际上，目前美国出品的大型剧场动画均采用 3D 制作。而日本动画在 90 年代中期开始引入 3D 动画，但一直以 2D 动画著称的日本动画并没有像美国动画那般全盘使用 3D 技术，而是将 3D 与 2D 相互融合的手法来制作。3D 技术的好处在于制作效力的改善，因此，日本动画在保留原画是 2D 的基础上，一些大大小小的场景或物品都开始使用 3D 动画制作。

3DCG 的优势：

· 3D 模型多次利用

相对于绘制原画，制作一个场景用的 3D 模型要比直接用笔绘制的原画要费劲。然而，由于 3D 模型是独立的素材，并且具备 360 度的角度切换。因此，3D 模型的多次利用在整个制片过程中起到了提高效率的作用。

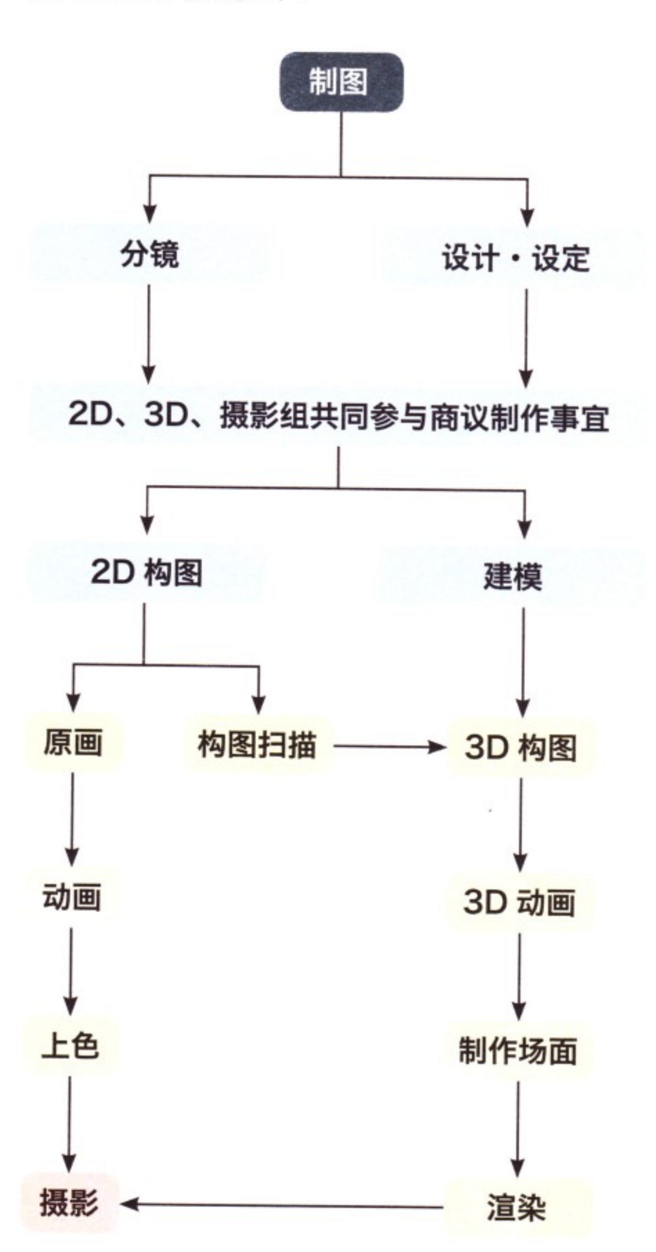
· 草稿模型与正式模型的相互替换

在 2D 与 3D 融合使用时，制作者可以预先将处于试作状态的草稿模型放进场景中测试效果。若基本效果满意的话，可以待正式模型完成后，直接将它与草稿模型替换，展现 3D 模型的灵活性。

· 3D 模型的再加工

3D 模型还具备另一个特性，就是它能够通过一个蓝本加工出各种各样不同款色的正式模型。比如说，作品中需要描写一个有 100 人行走的街道景色。如果单纯原画的话，这里要准备 100 张路人的原画，但使用 3DCG 的话，只需准备一个本体，然后基于这个本体进行细节上的小加工，不断地通过复制粘贴能够在短时间内完成 100 个路人的 3D 模型。这就是 3D 模型的优势之一。

2D+3D 制作流程如下。



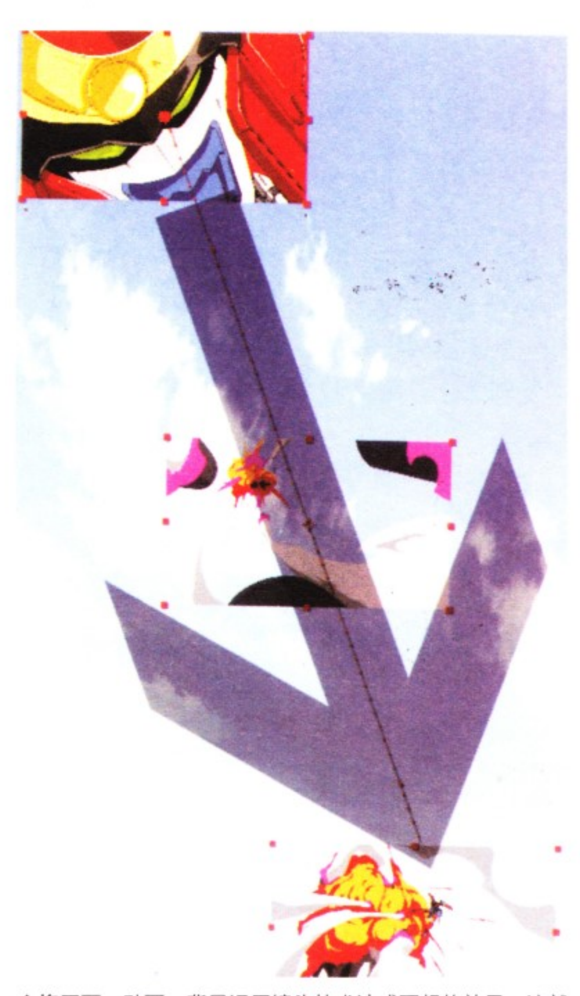
5、动画制片流程——后期制作

原画、动画、背景、上色等一连串“作画”工作完成后，便可以进入后期加工的环节。前期制作处于建立框架的状态，中期制作则属于制作框架所需要的素材，而后期制作便要将所有准备好的素材镶嵌到框架里，使它成为一部完整的动画作品。后期制作主要有四个大步骤，将所有影像素材包括 2D、3D 和背景组合一部流畅动画的工作在“摄影”和“编集”里进行，为动画添上背景音乐、效果音和人物声音的就在“音响”和“录音”两个环节中进行。

(1) 摄影

“摄影”两字容易让人联想起平时我们常说的用摄影机进行拍摄的动作。但实际上，动画制作里的“摄影”，其主要任务是将所有画像素材进行组合。当然，这一步骤之所以称之为“摄影”固然是有理由的。现在基本上摄影环节里的工作都是由电脑进行操作的，但日本动画尚处于赛璐珞时代之际，动画制片后期制作中确确实实存在过“用摄影机”进行拍摄的步骤。以往的原画、中间画、背景等，一律采用赛璐珞绘制。而赛璐珞自身是一种半透明的纸质，于是，要使静止的画张做成动态，就必须利用大型摄影机逐张逐张地拍摄。摄影一词就是这样来的。进入电子化时代，摄影环节的得益是最大的。赛璐珞时代的摄影必须使用录像带，在摄影时要加入特殊效果那可不是一件简单的事情，只有一些十分有经验的专业人士才能做到。但自从进入电子化时代后，只需一台电脑，一套软件，谁也能进行加工，而且特效种类也层出不穷。

由摄影监督领班的摄影组会在正式操作前跟演出进行商讨，了解演出的制作方针，有必要的还需与 3DCG 的负责人、美术监督等进行商讨。在确认过方针后，摄影组便正式进入加工环节。在这环节中，除了讲素材进行合成之外，摄影组还需要负责画面特效的加工，例如是人物的发光效果、背景颜色渐变等，使画面更加丰富。由远道近，由上到下，由左到右等延长镜头的运用也是在摄影环节中进行。



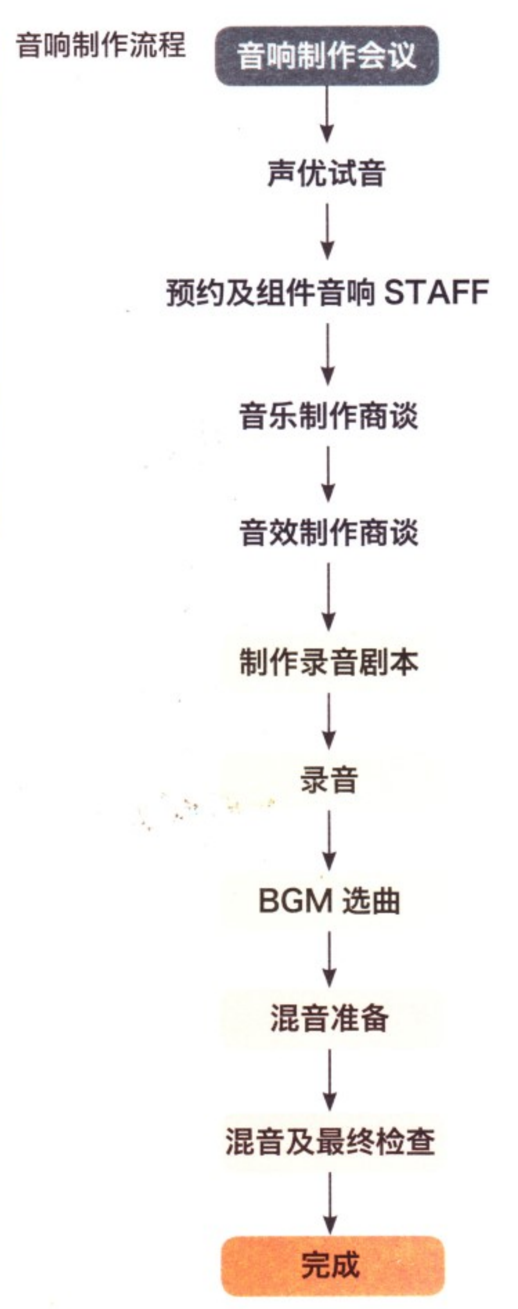
↑将原画、动画、背景运用镜头技术达成理想的效果，这就是摄影组的工作。

(2) 编集

编集即编辑，这是画像制片整个流程中作最后把关的工作。编集的任务是将成型的每一个影像素材加工成容易让观众理解的动画片段。这时候演出与编集者会聚在一起共同进行编集工作。编集者首先从演出家处拿到了对应的分镜表，根据分镜表的内容理解画面用意。再从摄影组处拿到了需要编集的影像素材，根据分镜的流程，将分散的影像片段逐段编辑成流畅的正式画面。由于画面中涉及对话时间轴，而录音又必须在编集之后才能进行。编集者会一边默念台词，一边判断每个画面在时间轴上的长短。包含 OP、ED、宣传 VTR 在内的编集完成后，影像部分的工序可谓到此为止。

（3）音响及录音

音响中包含动画所需要的背景音（BGM）以及音效的制作。虽然音响环节属于后期制作，但音乐素材在企划阶段完毕后便可以跟影像同期进行，待影像制作完毕后，音响组便可根据获得的影像根据企划内容进行合成。并不是所有的动画公司都拥有专属的音响部门。由于音响环节的制作周期的总时间比较充裕，因此很多有实力的制作者都会成立自己的音响制作公司，接收来自动画公司的委托。音响制作公司在提供背景音和音效相关制作之余，还提供声优录音的委托。



①音响制作会议

在进入音响制作之前，负责画像的 STAFF 以及负责声音部分的 STAFF 会聚在一起进行会议，商讨音与像如何配合的方针。制作人、监督、音响监督、音乐制作人等核心成员会就剧本、角色设定、系列构成书等作品的基础资料进行研讨，计算成本以及制定日程表等工作。

②声优试音 & 预约

大体事宜决定后，制作人、监督、音响监督、音乐制作人等核心成员先罗列出心目中合适的声优候选名单，大概估算资费合适后通知声优事务所邀请声优试音。试音环节完毕后，STAFF 拿着决定好的声优名单向事务所正式预约声优的录音日程，并在对应的时间准备好录音室。

③音乐 & 音效制作

声优决定好了，根据情况会要求声优率先录制动画 CM 用的台词。STAFF 会就音乐方面进行商讨，决定选用的 BGM 作曲家及 OP、ED 的音乐制作人，有些情况是 BGM、OP、ED 均由同一方（音乐制作人 / 音乐公司）提供。邀请作曲过后，便进入谈论音效制作相关的事宜。一般音效制作由音响制作公司在自社的音效设备中制作。

④制作录音剧本

在正式录音之前，必须为每位参加录音的声优制作录音专用的剧本。这些录音专用的剧本有可能成为日后 CD、DVD/BD 发售时的特典，因此有些录音用的剧本会制作得很精美。录音用的剧本是以分镜以及剧本为基础，由监督或演出家负责制作的。剧本中包含具体的台词以及台词出现的时间点，为使声优更好地理解阅读台词的时机，剧本中还会安插少量提示用的画面文字描述等信息。

⑤声优录音

在这一步中声优录音英文的写法为“After Recording”，意思是在画面完成之“后”的“录音”。录音时，制作人、演出家、音响监督会出现在录音现场进行监修。目的是为声优们提供演技的指导。声优自身的表现固然重要，但最了解作品的

莫过于制作者自身，因此，监督们对于录音的指导在这个环节中占有十分重要的作用。有必要之时，监督们还会对台词进行临时的修正。声优的第一次录音还是一个宣传的机会。一般在录音完毕后，声优会接受媒体的宣传采访，或者是来一场 STAFFxCAST 的对谈，以作动画前期宣传之用。

⑥ BGM 选曲

监督、音响监督以及负责选曲的人员从音乐人交来的音乐样品中选择合适的曲目。一般情况下，一套 TV 动画会出现 20-40 首 BGM 不等，也就是说音乐人必须提供数十首乐曲进行 BGM 选曲。音乐的制作方向在之前的商讨中已经决定，这个环节主要是在交来的乐曲中选择最适合剧情或特定某些台词时使用的乐曲。

⑦混音

从编集处在收到了完工的影像素材后，音响组便可根据实际的画面对音效、BGM 进行处理，该裁剪的裁剪，该延长的延长。音乐素材准备完毕后进行音与像的组合，也就是将音效、BGM、台词统统与画面进行合成。由制作人、监督、音响监督负责检查声音声量各方面的平衡。

⑧ OP/ED 制作

与 BGM 选曲相同，制作方向音乐公司下单后，在收回的主题曲样品中选曲合适的歌曲担当作品的 OP/ED。OP、ED 的画面一般由作画监督、演出、编集等人员合力制作，画面与音乐交由音响制作公司负责合成。

⑨制作样带

最后一步就根据电视台的播放标准，制作专门用于 TV 播放的样带。



↑声优在录音时，会一边看着剧本一边参照大屏幕进行配音。声优一般会按场景轮流进行录音。



↑声优的声音是动画的重要元素，因此录音必须在专业的录音时进行。



↑声优在录音时，音响监督会就每一场景甚至细致到每一句台词进行演绎的指导。

东映动画

东映动画是日本历史最为悠久的动画公司，它成立于1948年，当时的名字叫做日本动画有限公司，后来改名为日动映画。但由于经营不善，导致无法继续运营，在1956年被东映收购，成为其旗下的动画部门，故有了东映动画这一称呼。东映动画在1998年改了一个洋气的名字：东映ANIMATION。但由于ANIMATION就是动画的意思，因此大家还是都叫它东映动画。

东映动画身为日本第一个真正意义上的动画公司，为日本动画的发展做了非常巨大的贡献。1958年，日本第一部长篇彩色动画《白蛇传》公映，引起了非常巨大的反响。以宫崎骏为代表的很多年轻人因为《白蛇传》而对日本动画有了信心，从此走上了动画之路。

手冢治虫的动画启蒙也是从东映动画开始的，他们请来在漫画领域已经非常成功的手冢治虫来为《西游记》担任系列构成，手冢治虫在与东映动画合作的这段时间里也学习到了很多制作动画的技法。这也为他日后成立手冢治虫工作室打下了良好的基础。

在此后的二十世纪六十年代到八十年代里，东映动画相继为大家制作出了许多优秀的作品，比如《狼少年》《西游记》《人造人009》《长靴猫》《龙太子郎》《天鹅湖》等等。值得一提的是，在1980年代初中国开启了引进日本动画的大门的时候，首先被引进的《龙太子狼》和《天鹅湖》就均为东映动画的作品。

东映动画依托东映的强大资本，在1990年代之后，将业务范围逐渐扩大，与万代的稳定合作使得他们的动画作品能持久地取得不小的周边收益。同时，东映也是朝日电视台的最大股东。在动画方面，1990年代的两部名扬世界的大作《美少女战士》和《龙珠》均出自东映动画之手。通过《美少女战士》的成功，东映动画了解到了魔法少女对于女孩子们的吸引力。但是值得一提的是，《美少女战士》的作者武内直子因为动画的火热而向东映动画索要了巨额的版权费，两方还因此走上了法庭，弄得相当不愉快。从此之后，东映动画就坚定了做原创魔法少女动画的决心，因此就有了现在霸占了大部分魔法少女玩具市场份额的垄断级作品《光之美少女》。



↑长靴猫这一形象深受东映的动画人的喜爱，至今为止，这个动画形象都是东映动画的代表。

九十年代末，东映动画又开始与CAPCOM进行商业合作，也取得了相当大的经济收益。1999年，东映动画改编制作的《海贼王》开始播放。并在播放的同时与万代合作，推出片中人物的手办模型。至今，《海贼王》依然是领跑在一线的少年向动画。

进入21世纪之后，东映动画在动画的制作上已经略显老态，他们的风格明显落后于时代，但是他们依然凭借《光之美少女》和《海贼王》两部作品的巨额周边产业的收入屹立在动画公司的巅峰。

虫 Production

我们在前面讲过，手冢治虫一直都有一个动画梦，曾经几次到东京谋求进入动画公司发展未果，于是决定用自己创作漫画的收入来自主制作动画。后来，在参与东映动画的作品《西游记》的制作、并积累了一定经验之后，他终于在 1961 年创办了自己的工作室——手冢治虫 Production。这间工作室非常具有手冢治虫的个人色彩，出品的作品也大多都是手冢治虫漫画的改编作品，因此这个动画公司在创立初期就深深地打上了手冢治虫的烙印。

工作室成立后，很快就有善本瑛一、横山隆一等一批优秀的动画制作人加入其中，使其拥有了充足的战力。工作室的处女作《街角物语》由山本暎一担任导演，坂本雄作、绀野修司还有杉井仪三郎担任原画。杉井是在制作开始不久从东映跳槽过来的。他之后还担任了《棒球英豪》《银河铁道之夜》的导演，是当时首屈一指的动画人才。这三个人，都在东映动画练就了高端的原画技术。人物动作的时机和速率还有原画的基础和应用技术，都自成体系。对新人的培训也由他们担任。随着制作的进行，员工的数量也开始增加，摄影部也迅速组建起来，瞬间就扩充了十多人。

1962 年，《街角物语》上线公映，取得了不错的成绩。这也令手冢治虫 Production 名声大噪。同年，“手冢治虫 Production” 改名为“虫 Production”。

1963 年，由虫 Production 制作的、日本的第一部 TV 动画《铁臂阿童木》在富士电视台播放，虫 Production 的名号传遍全国。之后制作的《缎带骑士》也同样大受欢迎并被大家认为是第一部少女向动画。虫 Production 可以说是日本 TV 动画的先行者。

1966 年，虫 Production 制作的日本第一部彩色 TV 动画《森林大帝》开始播放，并几乎在同一时间出口美国。虫 Production 由此迎来了自己事业的黄金期。

与东映动画那种强调团队的动画公司不同，虫 Production 非常注重工作人员的个性发挥，这是因为手冢治虫在与东映合作的时候，深深地体会到了团体对个性的抹杀。所以，在自己的工作室里他希望大家可以自由的创作。而个性的张扬，也带来了一些负面作用。在工作室取得重大成就之后不久，虫 Production 内部出现了一些矛盾。有才能的动画人不甘心屈居手冢治虫人下，而手冢治虫又非常坚持自己的艺术价值观。在 1970 年，手冢治虫离开自己一手创立的虫 Production，又创立了手冢 Production。而原来的虫 Production 在手冢离开之后也并没有坚持太长时间。1972 年，一部分员工离开虫 Production，创立了 Madhouse。1973 年，虫 Production 宣告破产。

手冢 Production 时代，手冢治虫的代表动画作品是《三眼神童》。



↑《三眼神童》曾经在我国的地方电视台上播出过，是很多八零、九零后的童年回忆。



↑《森林大帝》是日本历史上第一部彩色 TV 动画，同时也是第一部以出口美国为目的制作的动画。

龙之子

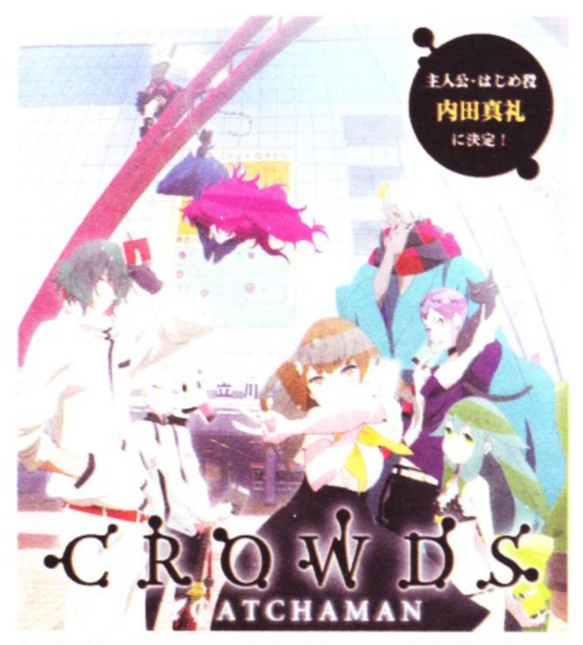
龙之子是日本动画公司中一个非常特殊的存在。它的地位被抬得很高，但是细数一下他们这近五十年的作品，你会发现他们的作品也并不像是东映动画和虫工作室那般划时代，也没有SUNRISE和GAINAX那般经典。但是很多喜欢动画的人就是对龙之子念念不忘，其中最大的原因就是龙之子似乎就像是一个为动画界输送人才的宝库一般，基本上但凡在八九十年代有点儿名气的动画人，基本都有在龙之子工作的经历。然而你也很难说龙之子是否真正意义上对于这些人才的成型上有什么至关重要的帮助。但不可否认的结果是，它的确是很多动画公司的源头，因此很多人把它称为动画界的“常盘庄”。

龙之子工作室创立于1962年，创始人是吉田龙夫和他的亲弟弟兼经纪人吉田健二，不久他们的三弟漫画家九里一平（原名：吉田丰治）也加入进来。由此我们可以看出，龙之子是一家不折不扣的家族企业。创立初期，龙之子并没有进行动画的制作，而是率先进军电视领域。它们的第一部动画是1965年TV动画《宇宙王牌》。此后它们开始频率不高但是非常稳定地制作质量较高的动画，其中比较有代表性的就是《马赫GOGOGO》《科学小飞侠》《功夫猫党》和《昆虫物语》，其中《昆虫物语》也被我国中央电视台引进，成为了很多小孩子的童年回忆之一。

1980年代，有关龙之子最有影响力的作品就是《超时空要塞》了。并因为这部作品，导致了龙之子、美国金和声和日本赞助商BIG WEST的长达二十多年的版权纠纷。当时，龙之子以协力制作《超时空要塞》为条件，从BIG WEST手中获得了《超时空要塞》的海外的动画和周边的发行权。他们把这一版权卖给了美国的金和声公司。而金和声公司却迅速在北美和欧洲等许多地区注册了“MACROSS”的商标。这一举动直接激怒了BIG WEST，他们将龙之子告上法庭。最后的判决结果是，BIG WEST拥有《超时空要塞》所有人物和机体的著作权，龙之子只拥有这部动画的著作署名权并且不可以再制作续作或者改编作。而海外的金和声的版权则无法拿回。这也导致自从2005年判决结果出来之后，《MACROSS》系列作品再也没有在海外正版发行过。值得一提的是，我们中国电视台上播放的《太空堡垒》（《超时空要塞》是其中一章）的版权也是从金和声公司手中购买的。

进入1980年代之后，龙之子的人才就开始流失。走了的人纷纷自行创立动画公司，比如J.C.STAFF，比如PRODUCTION I.G。2005年龙之子被玩具大厂TAKARA收购，吉田一族退出，成嶋弘毅成为了新的会长。现在PRODUCTION I.G也拥有龙之子11%的股份。

更换了东家的龙之子在近几年中又开始制作动画，作品并不多，但是质量都不错。有《学园救援团》《C》《鸦-KARAS-》《人鱼又上钩》《科学小飞侠Crowds》。



↑《科学小飞侠Crowds》是龙之子工作室的对自己过去的辉煌的一部致敬之作，监督是富有才气的中村健治。

吉卜力工作室

吉卜力工作室在日本所有的动画公司、动画工作室中绝对是名气最大，作品精品率最高的一家工作室。它的作品多由宫崎骏和高畑勋主创，由铃木敏夫运营，几乎全为大部头的剧场版动画，并且每一部作品都堪称经典。

提到吉卜力工作室的源头，就不得不说《风之谷》。现在的很多人都将《风之谷》当做吉卜力的第一部作品，这并没有错，只不过在那个时候吉卜力工作室其实并没有成立。制作《风之谷》的是当时由宫崎骏率领的动画团队 TOP CRAFT，虽然《风之谷》取得了很大的成功，但是 TOP CRAFT 却因为一些原因难以运营下去。这个时候，铃木敏夫希望能创造一个让宫崎骏和高畑勋安稳地创作动画的工作室，因此在他的牵头下，由德间书店出资建立了吉卜力工作室。吉卜力这个名字是宫崎骏起的，意思是撒哈拉沙漠上的热风，但由于宫崎骏一直搞错的读法，因此吉卜力成为了一个独一无二的名字。

成立之后，吉卜力采取了一个非常特殊的工作方式：制作动画的时候，把人都叫过来做动画，做完之后便就地解散。也正是因为这种工作方式，吉卜力才没有为了生计接受电视台的委托去制作电视动画。工资也没有固定工资，它们采取分红的形式来给员工片酬。这一模式一直持续到 1989 年《魔女宅急便》的公映。

从创立到现在，吉卜力为日本动画提供的经典作品简直不胜枚举，宫崎骏的《天空之城》《龙猫》《魔女宅急便》《红猪》《幽灵公主》《千与千寻》《哈尔的移动城堡》《悬崖上的金鱼公主》还有最新的《起风了》基本每一部都是经典中的经典。加上高畑勋的《萤火虫之墓》《岁月的童话》《平成狸合战》《我的邻居山田君》。此外还有风格较清新的不是由这两个人担任导演的《猫的报恩》《侧耳倾听》《借东西的小人》。吉卜力的作品一直都超脱了日本动漫这个范畴，成为了全民性质的影视艺术作品。

另外值得一提的是，宫崎骏一直都坚持在选择配音演员的时候不去选择专业声优。宫崎骏称“专业演员的演技过于纯熟，令人厌烦。”，这一言论也引起了很多 ACG 宅的不满，但不可否认的是，吉卜力作品的文艺范确实也包括有非专业配音（多数是知名演员或者歌手）这一重要元素，尤其是在为孩子找配音的时候，宫崎骏非常喜欢找与角色年龄相同的孩子来出演。

目前，吉卜力工作室正面临一个非常严重的问题，那就是接班人的问题。铃木敏夫说过，吉卜力的初衷就是为宫崎骏和高畑勋一共一个制作动画的场所，如果这两个人隐退，那么吉卜力也就不再存在。不过在《海地战记》之后，他也说“是时候该为我们年轻人做点什么了。”。现在吉卜力的年轻人的代表就是宫崎骏的儿子宫崎吾朗，他的作品有《海地战记》和《来自虞美人之坡》，这两部都被他的爸爸喷得不轻。



↑《千与千寻的神隐》是宫崎骏的众多作品中讽刺性最强的一部，同时也是票房最高的一部。

SUNRISE

SUNRISE是日本一家以动画制作为主的娱乐公司，因其主要业务都在动画上，所以被大家认定为动画公司。不过他们的业务范围不仅仅限于动画。

SUNRISE的全名是株式会社SUNRISE，大家都喜欢叫它日升社。20世纪70年代，随着手冢治虫的离开，虫production难以为继，人员也都纷纷独立出来自主创业。1972年，一部分出走的人员建立了一个叫做"SUNRISE艺术工作室"的动画制作团体，在接受了东北新社的投资之后，正式开始运营。不过由于那个时候东北新社是大股东，因此他们的一些作品都打着"东北新社"商标。到了1976年，SUNRISE从东北新社独立出来，并进行了改组，开始大面积地进行动画创作。

提到SUNRISE，很多人都会想到机战动画。的确如此，SUNRISE虽然不是日本机战动画的创始，但是他们却将机战动画发扬光大，并且至今依然在坚持不停地制作者高质量的机战动画。独立之后的第三年，也就是1979年，《机动战士高达》在各大电视台播放，SUNRISE由此打出自己的名号。进入了八十年代之后，由《机动战士高达》和《宇宙战舰大和号》带来的机战热彻底达到顶峰，那个时候，机战已经成为了动画中最王道的作品。SUNRISE在八十年代连续制作了《装甲骑兵》《重戦機エルガイム》《蒼き流星SPTレイズナー》等数十部机战类动画。

值得一提的是，SUNRISE在制作完《机动战士高达》之后，就被日本的玩具大厂BANDAI（万代）收购，成为了万代的子公司。不过SUNRISE的名号依然保留了下来。与万代合作之后，SUNRISE的机战动画作品的周边机器人模型也有着一个非常高的销量，SUNRISE也因此有了一个很高的收益。时至今天，SUNRISE能够成为日本除了东映动画之外规模最大的动画企业，很大程度上都是因为万代的投入。

进入1990年代之后，日本动画宅们的口味发生了突然性的转变。机战题材动画的热潮开始迅速减退，除了《高达》的续作之外，基本很难再有什么机战动画能够达到八十年代时候的那种辉煌了。于是SUNRISE逐渐开始接触其他题材的动画。比如他们的《城市猎人》系列，《勇者》系列作品，都可以说是一种成功的转型。

SUNRISE公司内部采取分组制的作业方式，由制作组制作动画，然后动画做完之后统一交由公司的运营部来运营。如今的SUNRISE，动画作品已经不仅限于机战类动画了。他们的第一工作组，和第五第六工作组就是负责制作改编类动画的小组，比如《犬夜叉》《银魂》《KERORO军曹》《LOVELIVE!》。



↑ SUNRISE的机战动画在给一代人留下了深刻的机战情结之外，也塑造了很多的经典人物。比如夏亚。

BONES

BONES，又称骨头社，是动画迷们津津乐道的高品质动画制作公司。要说 BONES，我们还是要回到上一页，先来说说 SUNRISE 的分组制。SUNRISE 的机器人动画主要有第三、四、九组制作。而一、五、六组主要负责漫画改编的长篇动画。而在 1990 年代被称为 SUNRISE 最强的一个工作组，就是他们的第二组。这个第二组在 1998 年的时候独立，成为了现在大名鼎鼎的 BONES。

1997 年，SUNRISE 制作了一部新题材的动画《宇宙牛仔》，这部动画主要由第二组负责，主要以南雅彦、川元利浩和逢坂浩司这三个人为中心制作。在《宇宙牛仔》的制作过程中，制片人南雅彦感受到了大公司的束缚感，觉得有一些自己想要发挥出来的东西被限制了。于是他就动了要独立的念头，后来他的这一想法与川元利浩和逢坂浩司不谋而合，于是他们带走了 SUNRISE 第二工作组的主要人员，独立出去成立了 BONES。

有趣的是什么呢？本来这种分家一定会被老东家所憎恨，更何况南雅彦还直接带走了 SUNRISE 的最强第二组，但是 SUNRISE 与 BONES 的关系却非常和谐。他们将自己的一部分场地廉价租给了 BONES，这样一来，新独立出来的骨头社就在老东家日升社的隔壁干了起来。因为近水楼台，他们在成立之初还接了很多 SUNRISE 的外包工作。

骨头社独立了之后，连续出品了很多质量优秀的动画作品，比如《翼神传说》《狼雨》《废弃公主》。这些作品基本就代表了骨头社的风格：主题深刻，非机战类动画。2003 年，《钢之炼金术师》登陆 MBS 的土六档，获得了相当高的人气，BONES 的名号开始被很多人所知。现在国内的很多动画宅也基本都是从《钢之炼金术师》开始才知道的 BONES。由于漫画剧情进展比较缓慢，《钢之炼金术师》进入后半部分的时候开始了原创剧情，动画的思想深度渐渐超越了少年向作品的范畴，尤其是 TV 版最后的结局，在当时震撼到了许多人。虽然也有来自于原作党的指责，但是大部分看过 03 版《钢炼》的观众都会固执地认为这一版才是真正的《钢之炼金术师》。

《钢炼》后期的提高深度就说明了骨头社的风格，《钢炼》之后两三年之内，骨头社的作品多以高质量的深度作品为主，比如《绚烂舞踏祭》，比如《交响诗篇》。其中《交响诗篇》由于加入了男主角很多心理活动的描写，也被很多人指责与《EVA》过于相似。也正是从这部作品开始，骨头社开启了自己叫好不叫座的动画道路。但其实他们也并非只有深度型作品，2005 年播出的少女向人气大作《樱兰高校公关部》就出自他们之手。这几年，骨头社开始逐渐稳定住了自己的风格，从《钢之炼金术师 FA》开始，他们也开始在追求质量和深度的同时，兼顾市场的需要。《STAR DRIVER 闪亮的塔科特》《未来都市 No.6》《绝园的暴风雨》都是属于那种既叫好又叫座的作品。



↑ 03 版的《钢之炼金术师》介于少年向和青年向之间，它是当时很多少年“长大”的契机。



↑《狼雨》基本上可以说是一部奠定了骨头社基调的作品，虽不能说是主流动画，但也影响了很多人。

J.C.STAFF

提到 J.C.STAFF 很多人都会联想到龙之子，因为龙之子这个并不算名作高产的动画工作室在近几年突然被大家抬高到了很高的高度，因此很多人都错以为 J.C.STAFF 也是龙之子的一个独立出来的团队。其实不是这样，从龙之子分离出来的仅仅是 J.C.STAFF 的创始人宫田知行一个人而已。J.C.STAFF 的主要人员，都来自于三鹰工作室。

1986 年，宫田知行创立株式会社 J.C.STAFF，全称是 Japan Creative Staff。J.C.STAFF 这一动画公司很有特点，他们内部有着全套的动画制作设施，同时也能够完全包办制作一部动画的所有流程。因此，他们从创立一开始就形成了不请外包，完全独立制作动画的习惯。这也是为什么 J.C.STAFF 的动画能自始至终地保持高水准的原因。

在《少女革命》走红之前的十年间，J.C.STAFF 并没有去着手制作 TV 动画，主要是因为并没有充足的资金，也没有完全抵御亏损的能力。这一段时间他们的代表作品就是《战国奇谭妖刀传》。

1997 年《少女革命》开始播放之后，凭借着崭新的主题和革命式故事模式、角色设定迅速在御宅族的圈里走红。甚至还被誉为三大御宅神作之一。J.C.STAFF 这个名字也被世人所知，这之后的《迷糊女战士》《暗之末裔》等作品都取得了不错的反响。

J.C.STAFF 凭借《少女革命》一作，开始树立了自己新少女动画专家的形象。但是它们并没有满足于此，进入 21 世纪之后，J.C.STAFF 开始向着大众题材转型。

2002 年对于 J.C.STAFF 来说意义非凡，这一年他们的两部作品《阿兹漫画大王》和《青出于蓝》一举走红。尤其是《阿兹漫画大王》直接开启了日常系动画的先河，开创了四格漫画改编动画的模式。从这一年之后，J.C.STAFF 开始高产起来，并且在高产的同时还依然能保证动画的作画质量。这一点让许多业内公司不能相信。

2003 年的《一骑当千》和《R.O.D》，2004 年的《忘却的旋律》都成为了当时的话题性作品。

然后来到 2005 年，J.C.STAFF 迎来了事业上的巅峰。这一年的《灼眼的夏娜》开启了轻小说改编动画的热潮；而《蜂蜜与四叶草》更是直接被观众们评为少女向动画的巅峰之作。2005 年之后，J.C.STAFF 就始终走在日本新番动画的第一阵营当中。他们每一年都会有将近十部动画作品，并且都能保持一个很高的水准。但也因此动画风格逐渐模式化，被很多人成为流水线作品。

改变这一现状的人是长井龙雪，2008 年的《虎与龙》让看惯了 J.C.STAFF 流水线作业的观众眼前一亮，动画取得了比原作小说还要高的人气。之后长井龙雪继续监督了 J.C.STAFF 的《科学超电磁炮》和《在盛夏等待》，都成为了大热作品，也让 J.C.STAFF 焕发出了新的活力。



↑《蜂蜜与四叶草》被称为是少女动画中的神作，它兼顾了励志和恋爱两大元素。青春又感人。



↑《科学的超电磁炮》作为《魔法禁书目录》的外传，人气完全压倒正篇，这在日本动画史上非常的罕见。

GONZO

现在提到GONZO，很多人只能想到一个词，那就是烂尾。从2002年的高峰之后，GONZO的动画作品基本都会以烂尾的结局收尾，这再让很多观众非常气愤的同时，也逐渐砸了自己的招牌。

GONZO全称株式会社GONZO，创立于1992年，创始人都是业内的知名人才，村滨章司、前田真宏和樋口真嗣。他们的第一份工作就是为MTV《ROCKET DIVE》制作一个3D的宇宙船，可能就是这头一份工作的原因，奠定了之后GONZO对于3DCG的执着。

在建立公司之初的几年间，GONZO并没有开始动画的制作，他们通过很多外包形式的工作来积累资本。1996年，GONZO为SEGA的RPG游戏《LUNAR》制作过场动画，人们才开始知道GONZO这个名号。因为游戏中的过场动画的高质量备受好评，GONZO开始有了制作动画的信心。1998年，GONZO著名的OVA动画《青之六号》发售，瞬间在动画宅之间形成话题。这部作品首次将3D画面与2D画面融合，虽然现在看来动画的CG特效并没有那么完美，但是在当时，这已经足够话题性了。GONZO对于3DCG的执着也就从这里开始了。

2002年GONZO的固定资产突破两亿，迎来了事业上的巅峰。这一年里他们的《全金属狂潮》《战斗妖精雪风》和《最终兵器彼女》都成为了当时的话题作品。虽然由于《全金属狂潮》的动画对于原作的改编令作者贺东招二非常的不满意，但这也不能掩盖GONZO的成功。至少，《全金属狂潮》成为了GONZO在当时的创收大作。而《最终兵器彼女》也成为了世界系动画的代表。

2003年和2004年，GONZO虽然没有能够复制《全金属狂潮》和《最终兵器彼女》的大作，但是这两年的《岩窟王》《圣枪修女》和《七武士》依然取得了不错的评价。

转折点发生在2005年的《圣魔之血》，动画最后莫名其妙的烂尾令很多观众根本无法接受，然而这仅仅是他们烂尾的开始，之后GONZO几乎所有作品基本上都会或多或少地烂掉某个部分。

虽然2006年的《欢迎来到NHK》和2007年的《月面兔兵器米娜》也都得到了好评，但是返回到GONZO的初衷，他们的3DCG却再也没有能够为自己带来辉煌。

2008年，GONZO由于连年的亏损而遭遇到了前所未有的资金危机，最后在2009年，GONZO的上市公司身份被摘牌。原来的工作人员纷纷离开，GONZO不得不面临重新招募动画人才的窘境。也正是那个时候，我们习惯地说，GONZO已经死了。

2011年，GONZO以《最终流放银翼之Fam》宣告回归。2013年，GONZO出品了三部中规中矩的商业型动画《小镇有你》《狗与剪刀的正确用法》和《绝对防卫利维坦》。无论这些年GONZO的动画是否都那么良心，也无论之前总是说他们的烂尾如何如何，不可否认的是GONZO的动画作品和动画风格的确是日本动画中非常重要的一部分，同时也带给我们很多的回忆。我们希望GONZO能够尽快走出破产的阴影，重新回到一线的动画公司行列当中。



↑《月面兵兔米娜》是《电车男》的剧中动画，联合了著名画师OKAMA，由GONZO动画化。

Production I.G

Production I.G 名字中的 I、G 分别是社长石川光久和副社长后藤隆幸的姓氏缩写。在 1980 年代末，龙之子工作室因为动画成本和收益不成正比，渐渐地走入低谷。这一时间从龙之子离开单独成立工作室的人有很多，比如文艺企划部的宫田知行（J.C.STAFF），再比如主力制作人石川光久。

石川光久带着《赤色光弹》（1987）的制作班底，与后藤隆幸的铳梦工作室合并，并得到了来自龙之子和京阿尼（你没看错，就是现在的京阿尼）的资金援助，成立了一个新的动画制作公司，I.G 龙之子。虽然得到了龙之子的部分资金援助，但其实此时的龙之子已然处于自顾不暇的状态，所以，提供了初始部分的资金之后，龙之子对于 I.G 的援助就基本为零了。但是，公司的名字中还带有“龙之子”这个词是不争的事实，这也让坊间的观众们都错把 I.G 看成是龙之子的分公司。这给石川光久带来了非常大的不悦。于是，两位核心人物开始决定改名字。

成立初期的 I.G 以 OVA 和剧场版为主要工作对象，联合上与石川光久同样出身于龙之子的大师级导演押井守在 1988 年发售了《机动警察》的 OVA，一经面世就好评如潮，继《福星小子》之后，押井守的人气更进一步。之后《机动警察》剧场版的上映继续扩大了押井守的影响力，同时，参与了剧场版制作的 I.G 也很清楚地明白了押井守的潜力。于是石川帮助押井守建立了自己的团队“押井塾”，之后独立制作了《机动警察》的第二个剧场版。一系列作品的问世带给 I.G 最直接的就是经济上的收益，1993 年 I.G 连本带利地还清了成立时龙之子和京阿尼赞助自己的资金，随后真正意义上的独立，更名为 Production I.G。

之后在 1995 年，《攻壳机动队》剧场版上映，一个不朽的经典自此诞生。与原作相比，剧场版因为押井守的主刀而完全地变了风格，就像是《机动警察》的第二个剧场版一样，押井守继续把自己的世界观、自己的“致郁”风格融入到了《攻壳机动队》当中，本是一场酣畅的枪战刑警剧却变得黑暗而深沉，剧中角色们的迷茫和思考似乎已经完全偏离了原作的故事主线。可即使是主题偏离了，动作场面却一点都没有打折扣，流畅的武打动作和震动感十足的枪械刻画，即使是用现在审视动画的标准来看都依旧那么上乘。PIG 的动画制作能力的确是有目共睹的。

在动画的题材选择上，押井守为 PIG 打下了一个基础，并且直到现在，PIG 的作品特点的本质也依然没有改变。在攻壳机动队之后，PIG 参与了《新世界福音战士》的两部剧场版《使徒新生》与《AIR 真心为你》的制作，之后在 2000 年，PIG 再次与 GAINEX 合作，制作了 OVA 动画《FLCL》。然而这种深刻向题材的选择却有着它致命的缺点，那就是经常会使作品小众化。并不是每个人都喜欢在看动画的时候不停地思考人生，很多人在追求大场面的观感刺激的同时，更希望动画本身在剧情上能够畅快一些。于是在 2007 年，PIG 开始采取分课的制作模式，1 课 2 课新泻课负责作画，3 至 10 课负责动画的出品。分课制度开始之后，PIG 的动画数量、尤其是 TV 动画的数量明显增加，题材也更加的广泛。2007 前发售的 OVA《东京糖衣巧克力》，2009 年的 TV 动画《好想告诉你》，都是不怎么符合 PIG 风格的纯爱系动画，不过你要是认为 PIG 已经对市场妥协、开始迎合大众来制作动画的话，那可就大错特错了。这段日子中，2008 年的 TV 动画《RD 潜脑调查室》、同年押井守的剧场版大作《空中杀手》都是在当时知名的深度“闷片儿”。其实，动画的受众与动画的深度并不是跷跷板的关系，GAINEX 就是一个非常好的例子，无论是《EVA》还是《飞跃巅峰》，GAINEX 在“内涵”与“精彩”上的兼顾一直做的非常优秀。这一点，对于 PIG 来说一直都是一个比较头疼的问题，一方面是押井守的个人风格影响过于深远，另一方面 PIG 一时之间也的确没有像是《EVA》那样精彩的题材。一时间坊间对 PIG 的动画褒贬不一，有的人喜欢它思考的深刻，有的人讨厌它整体致郁的氛围。而 PIG 自身也在很长时间内没有找到两全的办法。直到《东之

伊甸》的出现。

《东之伊甸》是神山健治独揽编剧导演职位，一手打造的作品。以明快的节奏、魅力值满点的人物以及适当的故事深度成为了当季最火的动画没有之一。神山健治本人，出身于押井守的门下，基本功和基本技术都是押井老爷子一手教出来的，不过他个人的动画风格却和他师父截然相反。《东之伊甸》的播出，扫除了PIG“只有押井守”这一有些尴尬的现状，神山健治也因此成为了新一代的动画大师。TV版结束之后，《东之伊甸》又相继上映了两部剧场版，热度持续了相当一阵子。从这之后，PIG的动画开始变得大众了许多，我们很难再看见《RD潜脑调查室》那样的只讲深度不顾观众的小众动画，也基本没有了大改原作的情况。放下担子之后，产量开始增加。但是产量增加的同时，PIG在兼顾质量方面做的并不是很到位。2010年的《文学少女》剧场版和2011年号称“10话联播”的《如果杜拉》都把原作小说毁的不能再毁，毫不留情地说这两部可以被分到“烂片”的行列中了。

仔细想想PIG这两年的舆论环境，似乎一直都不怎么太平，先是《文学少女》毁原作级别表现被广大小说党直接喷成筛子，然后由6课出品的重磅原创大作《罪恶王冠》因为过于苦逼的剧情走向也被喷成了筛子。看看这几年DVD的销售情况，反倒是交给10课（10课不是PIG的核心，《文学少女》就毁自他们之手）制作的《黑子的篮球》凭借原作漫画毁灭级的人气一举反超众多先贤（包括《攻壳机动队》）成为PIG的历史销量第一。

于是，就到了现在。呈现在我们面前的是虚渊玄操刀的《心理测量者》，2013年的四月新番《翠星之加尔刚蒂亚》依然是虚渊玄操刀剧本。我们似乎看出了PIG的一些端倪——在接下来的一段日子里，PIG似乎是要抱定老虚的大腿了。不得不说这一举动非常的明智，至少老虚在故事上绝对可以做到深度和娱乐性的兼顾，再加上PIG强大的制作实力，我们有理由相信，至少在接下来的一年里，PIG是不会再让我们失望的。



↑《机动警察》是production I.G较早的一部经典SF动画。同时它也是我国很多人的童年。


↑《攻壳机动队》是日本动画史上非机战SF动画的代表作，这部作品的续作至今依然在不断制作中。



↑《黑子的篮球》在production I.G的所有动画中BD销量第一，可见腐女购买力的强大。

京都动画

京都动画的注册全称叫株式会社京都 Animation，简称京阿尼。他们的社长名字叫八田英明，京都动画早在 1981 年便已经创立，而它的创始人并非是这位八田英明社长，而是他的妻子，八田阳子。

在遥远的 1981 年，八田阳子还只是一位有在虫 production 工作经历的未婚女性，为了生计，她把在自己家附近住的会做动画的家庭主妇集结起来一起承包了龙之子和日升的部分工作。在虫 production 的时候，八田阳子担任的是完稿上色的工作，因此工作室成立初期，他们的外包工作大多都与上色有关，这一时期他们负责上色的比较有名的作品是《超时空要塞》。不过因为这个时候工作室并没有法人化，所以他们的名字没有出现在《超时空要塞》的 STAFF 表上。在与八田英明结婚之后，他们搬到了京都府的宇治市，顺便把工作室的名字改成了“京都动画工作室”。熟悉 production I.G 的人应该会知道，他们的出道作品是署着“龙之子工作室”名的《赤い光弾ジリオン》，而这部作品同样也是京都动画工作室参与的首部作品。

1999 年，京都动画工作室改革成为股份制公司，京阿尼这个名字开始流传开来。2002 年，一部在当时拥有超高人气的轻小说《全金属狂潮》动画化，制作公司是凭借 3DCG 起家的业内烂尾王 GONZO。动画到了 GONZO 的手中，前半程保持住了一个稳定的水准，到了后半程之后，GONZO 的老毛病爆发出来，擅自原创的剧情让《全金属狂潮》的原作者贺东招二十分气愤。在第一季 TV 动画还没有播放完毕的时候，一部名叫《全金属狂潮？ Fumoffu》的番外篇横空出世，在观众之间引起来巨大的反响。在《全金属狂潮？ Fumoffu》当中，京都动画请来原作者贺东招二担任动画的故事构成，选材《全金》系列小说中的短篇故事，将凝重严肃的《全金属狂潮》描绘成了一个充满欢乐充满青春的校园故事。这部番外篇动画得到了观众的一致好评，贺东招二和这部动画的导演武本康弘成为了一对合作愉快的好基友，而贺东招二的动画瘾也被京都动画给激了出来，从这以后，贺东招二开始非常频繁地担任京都动画的故事构成，继续缔造出了不少优秀的动画。

2005 年，京都动画开始于游戏公司中的巨头 KEY 社合作。推出 TV 动画《AIR》，与此同时日本动画界的开山鼻祖级别的老前辈东映动画也非常凑巧地制作了《AIR》的剧场版。结果，京都动画残暴的制作水准将东映动画虐的体无完肤，新锐挑战鼻祖，TV 版挑战剧场版，2005 年的这次《AIR》风暴让 KEY 开始扬名于天朝，同时也让更多的人知道了京都动画的优秀。担任《AIR》的导演的是石原立也，这位大叔与武本康弘一样都是标标准准的京都出品的动画人，动画风格稳健、尊重原作，相比于擅长讲长篇故事的武本康弘，石原立也的优点是对动画剧情中的细微感情的把握非常到位，他的动画总是能轻易地通过几个闪帧、几个特写骗出观众的眼泪来。在之后陆续地与 KEY 社的合作中，无论是《KANON》还是《CLANNAD》，京都都非常放心地来让石原立也全权负责。

2005 年，在高品质地完成了《全金属狂潮 TSR》之后，京都动画突然嗅到了一丝商机。这时期，轻小说的动画化热潮刚刚有了那么一点兆头，2006 年，京都动画出品的《凉宫春日的忧郁》开始播放，在当时把轻小说动画化的水准演绎到了极致。《凉宫春日》系列小说的原作者是谷川流，小说本身行文流畅，语言通俗，故事从日常起步，逐渐加入 SF、超能力、穿越等等元素。恰到好处的卖萌和经常进行时空穿越的故事让这部系列小说迅速地流行起来。同一年，他们与 KEY 合作的第二弹作品《KANON》也登上电视荧幕，被称为当年最虐心的催泪弹，而京都动画的动画质量也再上一层楼，在原画精雕细琢基础之上，增加了动画背景的细致刻画，使整个动画画面看起来非常的丰满。

2007 年四月，《KANON》刚刚完结，《幸运星》接替播放。《凉宫》那种依赖流行元素的成功模式让京都动画吃到了甜头，他们重用了《凉宫》

成功的两大功臣山本宽和平野绫，首次挑战改编四格漫画。然而动画仅仅播出了 4 集之后，京都动画就将山本宽从监督一职上撤下，转而由武本康弘接替。在《幸运星》播放完毕之后，京都动画的人气也丝毫没有走下坡路——甚至连放缓的趋势都看不到。2007 年十月，他们与 KEY 社合作的第三弹《CLANNAD》播出，这部先后分为两季，共花了将近一年半的时间播出的动画让京都动画彻彻底底的在日本和天朝的动画宅心中封了神。京都动画完成了所有人看起来根本不可能完成的任务，将这个世界观非常深刻，融合了运动、搞笑、恋爱等多个元素，并且分为众多支线的 AVG 游戏完完整整地，甚至可以说是更加优秀的呈现到了我们面前。有多少人被搞笑的春原逗得合不拢嘴，有多少人被伴着游戏原汁原味的 BGM 的感人剧情感动的泣不成声。《CLANNAD》带给了我们一场穿梭在悲喜之中的极致的动画观感体验，之后直到现在再也没有哪部动画作品能够做到如此水准。包括京都自己的动画也没能重现《CLANNAD》的辉煌。而《CLANNAD》则是京都与 KEY 合作的最后一部作品。

在 2009 年，京都动画启用了一位非常年轻的女导演山田尚子，制作了一部以描写女孩子的校园日常生活为主并且含带着音乐元素的动画《轻音》。一经播出便大获好评，京都动画依然保持着高水准的作画，依然尽可能的将动画中的周边产品写实化，MV 形式的片尾动画获得了很多观众的好评。整体上来看，《轻音》开辟了后 KEY 时代的京都动画的发展方向，在动画之外包括周边产品、圣地巡礼等各个领域上都获得了巨大的经济收益。

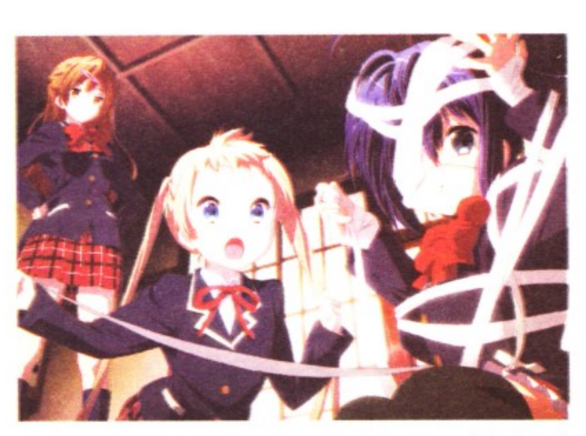
到了 2011 年，京都动画再次挑战日常搞笑类漫画，并结合着自己对于人物动作的高精度刻画，为大家奉上了一个充满了日式幽默还略有温馨的校园喜剧《日常》。从这之后，“京都出品必属精品”就已经被大家公认，随后的《冰果》《中二病》《玉子市场》等作品依然大受欢迎。



↑《AIR》是京都动画的成名作，同时也是 2000 年之后新兴动画的代表。



↑《日常》是京都空气系动画的巅峰，平淡搞笑的剧情当中蕴含着很多生活上的小感动。



↑《中二病也想谈恋爱》是一部中规中矩地展示京都动画改编能力的作品。

GAINAX

GAINAX 这一响亮的名号已经无需多说，很多动画宅早就已经把这个动画公司封为“神”社，只要是他们制作的动画，就都是有着相当浓郁的个人风格的作品。

GAINAX 成立于 1984 年，公司的前身是包括冈田斗司夫、庵野秀明、贞本义行、赤井孝美和樋口真嗣在内的动画小组 Daicon Film。这几个人有着一颗非常远大的野心，同时也都是非常资深的宅。他们的第一个企划是为 1981 年的第 20 届日本科幻大会制作开幕短片，几个人设想得相当宏大，纷纷展示出了十足的野心，不过最后的成品却很粗糙。到了 1983 年的第 22 届日本科幻大会上，他们重制了这一短片，画面非常精良，就是这个时候，动画界的人就已经体会到了这几个人的才华。

1984 年 Daicon Film 改名为 GAINAX，GAINAX 这个词分为两部分，“GAINA”和“X”，“GAINA”是云伯方言，就是“厉害”的意思，后面加上表示未知的“X”。几个人的野心不言自明。1985 年，他们开始制作自己的第一部长篇剧场版动画《王立宇宙军》，1987 年，《王立宇宙军》上映。这部动画在制作的过程中，就凭借一个简短的广告片成功地拉到了 BANDAI 的赞助，之后在 GAINAX 的所有机战类型作品中基本都会有 BANDAI 的赞助。

《王立宇宙军》在故事上和设定上并没有太多的令人惊奇之处，不过它的画面和细微的机械设定却让当时的观众眼前一亮。从此之后，GAINAX 的动画画面就成为了他们的第一资本。

有趣的是什么呢？本来这几个人就打算做完《王立宇宙军》就收手不干，但谁知到了上映的时候，《王立宇宙军》的票房却并没有想象中的那般好，投资公司 BANDAI 因此亏损了一亿多日元。BAIDAI 愤而撤资之后，GAINAX 也拖欠了比较多的债务，为了生计，几个人不得不继续动画之路。而这个被迫，却成为了经典的开始。

1988 年的《飞跃巅峰》，1990 年的《蓝宝石之谜》都成为了那个时代不得不提的经典之作。GAINAX 的几位核心人员都是不折不扣的动画宅，因此在他们的动画作品当中经常出现对经典动画的致敬和恶搞，GAINAX 也因此被誉为宅社。

1995 年，动画史上的最大的神作《新世纪福音战士》开始播放，在当时的年轻人当中引起了相当高的共鸣，而这部动画的相关人员庵野秀明、贞本义行、摩砂雪、鹤卷和哉也由此成为了万千动画宅心目中的大师。GAINAX 也借这部作品彻底翻身，成为了动画公司当中的土豪贵族。相关周边不断，一次又一次的重制炒冷饭使得《新世纪福音战士》至今依然具有相当高涨的人气。

当然了，GAINAX 的作品不仅仅只有这种机战系的大作，他们也有像《他与她的事情》这种少女向作品，还有《我的主人爱作怪》这种宅向作品。总的来说，GAINAX 的动画非常随性，想做什么就做什么，从不被市场束缚。这一点，也是他们至今依然是日本动画界最为特立独行的动画公司的原因之一。



↑《蓝宝石之谜》是根据儒勒·凡尔纳三部曲之二的《海底两万里》和《神秘岛》改编的动画。



↑《EVA》绝对是 GAINAX 最成功的一部作品，它开创了日本动画的新时代。

AIC

AIC 是"Anime 国际公司"（Anime International Company, Inc.）的简称。对于这几年才关注动画的人来说，AIC 完全就像个新兴动画公司一样，作品清新中带着年轻人的稚嫩，并且质量还都不算太统一。但其实 AIC 是一个有着相当长历史的动画公司。与一些同样具有年头的动画公司相比，AIC 的发展道路看起来并不那么一帆风顺，甚至一度面临非常窘迫的环境。公司正式成立于 1982 年。在那个 TV 动画还没有那么风靡的 80 年代，所谓"动画市场火爆"一般都是指 OVA（Original Video Animation）的市场，AIC 就是当时炙手可热的龙头。像是《吸血鬼美夕》《魔法少女砂沙美》《天地无用》都是出自 AIC 之手。不过，进入 90 年代中期，以《新世纪福音战士》为首的一批优秀的 TV 动画的出现，把动画的时代带入了全新的 TV 动画时代。以 OVA 为主的 AIC 就开始了长达 7,8 年的低谷。在这相当长的一段时间里，AIC 的独立动画产量非常的低，最惨的时候一年是有两部作品，有的人可能会说像是京都动画或者 GAINAX 的动画产量也与这个差不多，但是请注意，京都和 GAINEX 都是很小的动画公司，AIC 的规模要比他们大的多。

但是上天是眷顾 AIC 的，由于常年给 GONZO 打工，有幸接触到很多题材不错的动画，到了 2005、06 年，GONZO 业绩严重下降，人才外流，可谓饥寒交迫。AIC 因此抓住机会，一连接了好多 GONZO 的烂摊子，再次进入到了人们的视野中。比如《濑户的花嫁》《SA 特优生》就都是这个时期的作品。之后，AIC 就咸鱼翻身，再次回到了 80 年代鼎盛的时期。现在的 AIC 已经有"AIC Digital""AIC Spirits""AIC ASTA""AIC PLUS+""AIC 宝冢""AIC Build""AIC Classic"七条动画生产线，创作出了《天降之物》《猫愿三角恋》《轻声密语》《迷途猫》《甜蜜吻痕》《强袭魔女》第二季，《我的妹妹不可能那么可爱》动画版等众多质量上乘的动画，并且旗下的各位制作人敢于创新，独到的动画风格更是让人们眼前一亮，比如话题之作《天降之物》以及一话一个监督的《迷途猫》更是近乎炫耀一般的向人们展示着 AIC 的动画人的才华。

这两年，AIC 的动画作品在质量上出现了小幅度的起伏，《学生会的一己之见》第二季，《我的朋友很少》第二季都存在着或多或少的画面崩坏的现象。不过不得不佩服的是，他们在寻求改编作品的时候总是能非常准确地找到那些必定会火的作品，就比如说这两部动画。虽然《学生会的一已之见》第二季在品质上完全不如第一季，而《我的朋友很少》则从第一季就有点儿莫名的崩，但是丝毫不影响这两部作品的人气和相关产品的销量。这不得不说是 AIC 的能力。



↑《强袭魔女》第二季是 AIC 从 GONZO 那里转接过来的最有商业价值的作品。



↑《我的朋友很少》可以说是 AIC 新时代的代表动画，它直接捧红了柏崎星奈这个角色。

A-1 pictures

A-1 Picture（以下简称A-1）是索尼旗下Aniplex全额出资的动画制作公司，“A” for Animation，“1” for No.1，以“要成为动画界No.1”为口号，可见Aniplex满满的野心。就如上文提到的，A-1的诞生与业界面貌有关。由于缺乏原创动画，很多动画公司为了赶上进度，挤出了大量Galgame改编的动画。选择Galgame原因是显而易见的。漫画或者小说因为涉及到连载需要，要把握作品整体的全貌需要很长的一个周期，短的则一到两年，长的可达五六年，当然少年类题材例外。Galgame可不一样，剧本蓝本、角色人设，一切素材都是既成的，只要游戏本身有一定的知名度就可以进行动画化，甚至有些游戏厂牌反过来找动画公司为他们的作品进行动画化，因为这样能够提高知名度。Galgame动画化省时省力，自然成为了一众动画公司的新宠。从结果来看，就是出现了一大批质量不过关的后宫类动画，当中比较典型的有“卷心菜”事件，感兴趣的同学可以自行搜索。当然，这也涉及到资金问题。为了解决动画质量问题，同时又能确保资金的健康流向，于是，Aniplex便产生了自行组建动画制作公司的想法，A-1就是这样诞生的。有趣的是，在A-1的作品列表中迄今为止还没有出现过以Galgame改编的任何作品，女性向题材的改编的倒有几部。

A-1成立在2005年5月，包括一系列公司运营系统的组建，各种硬件上的采配，公司大致上是在2005年第四季开始着手制作动画。在母公司Aniplex的提携下，A-1在短期内获得的周边资源是一般动画公司无法比拟的，找声优、找音乐公司、找播放局、找宣传途径，由Aniplex一手包办（Sony集团），可以免去像其他动画制作公司那样，靠帮大型动画公司打工来起家。这家拥有“高富帅”形象的动画公司很快就走上轨道。2005年底Aniplex与NHK顺利谈妥了档期后，A-1与Noside共同制作了一部5～10分钟的教育系动画短片《发条武士》。众所周知，NHK就好像我们的CCTV，每年播出的动画作品数目十分少，档期也很紧张，能够在为数不多的NHK系动画中占一席位可不是一件简单的事情。2007年开始独立承包动画制作，一年内推出了《王牌投手 振臂高挥》系列的第一季和十分钟儿童向年番动画《Robby & Kerobby》两部动画后，2008年转战深夜动画的市场的A-1，在动画制作数量上也明显上升，一年里先后共推出了五部动画。往后两年基本到保持每年四、五部的产量，到了12年，包括剧场版在内的作品数多达到了8部。

2008年正好又是A-1制作风格开始逐渐成熟的一年，这年第一部推出的，改编自PS2游戏《女神异闻录3》的《女神异闻录～三位一体之魂～》大胆地尝试采用基于原作世界观衍生的原创剧本和角色，而画风和色彩风格都是迎合原作来制作的。同年的《神薙》可以称得上是A-1系列里面早期影响力较高的作品，从它身上可以看见A-1特色的作画风格已经开始成形，包括人物的比例、眼部的线条，高帧数画面的处理等等，参与作画的不乏业内比较有实力的动画师：比如是赤井俊文这位年轻的动画师，在《神薙》中他负责了OP以及一部分正剧的原画，10年的《空之音》，还有12年的A-1的新作少年动画《魔奇少年》也是由他来担任角色设计和总作画监督的；田中将贺，11年的《未闻花名》则是由他来负责总作画监督和角色设计；足立慎吾，出身的XEBEC他参与了不少A-1的作品，由《女神异闻录》、《神薙》、《Fractale》、《末世纪超自然学园》的作画，到《迷糊餐厅》、《刀剑神域》的总作画监督兼角色设计，足立慎吾为A-1立下了不少功劳。足立慎吾的妻子饭塚晴子，虽然没有参与《神薙》，但是11年的《偶像大师》是由她负责总作画监督的。

进入2010年，A-1开始大力制作原创动画，因此我们可以在其作品列表中发现不少的原创作品。当中最具代表性的是2010年Aniplex制作的大型项目“动画的力量”，历来甚少涉足动画制作的东京电视台也参与在内。Aniplex和东京电视台联名开展的这个项目，由《空之音》《闪光的

夜袭》和《末世纪超自然学园》三部原创动画构成，动画制作全部交由 A-1 负责。横跨冬季、春季和夏季三个档次，该项目的三部作品由 10 年 1 月开始至同年 9 月，依次占据了东京电视台的深夜动画栏目。再接再厉，Aniplex 通过 A-1 的手在 11 年里相继推出了《Fractale》和《未闻花名》两部纯原创作品。在过去，A-1 以《女神异闻录》为契机，与另一家动画制作公司 Ordet 的关系变得密切，一些作品都会请上山本宽大叔来担任动画的总监督，《Fractale》就是其中一部。顺带一提，山本大叔曾经发出“《Fractale》不成功便引退”的宣言，结果弄得嘴炮声四响。相反，同样由冈田磨里担任系列构成的《未闻花名》却因成功弄哭了无数少男少女，而成为广泛年轻一辈心目中的经典。原创动画意味着没有来自原著作品的任何加成，世界观的起草，角色设计，原案剧本等，一切环节都需要由零开始。因此，原创动画的制作并不是件随便能做到的事情。里面涉及到的庞大启动资金并不是一般的制作方能够负担得起，而且成品质量的好坏与市场反应更直接可能左右到制作方今后的生死。正因为有 A-1 所在，Aniplex 才有信心撒手制作一部又一部的原创动画。



↑《神薙》是山本宽离开京都后的首部作品，作品本身颇受争议，但是戸松遥的演技是大家都认可的。



↑《Fractale》是山本宽的自信之作，可惜它失败得一塌糊涂，既不叫好又不叫座。



↑《未闻花名》的最后一话被很多动画迷奉为了圣经般的神作，感动的确感动，但是需要理性看待。

声优是什么

宫野真守、石田彰、钉宫理惠、泽城美雪……提到这些人的名字，可能会有动漫爱好者开始尖叫激动，并大喊着“我超喜欢他（她）”之类的告白话语。大家会这么激动都是因为这些名字的主人的声音，时而傲娇清脆、时而温柔可人、时而正气凛然、时而冷冽如冰……无论是多变的或者是温厚的声音，再配上动画的画面，都能让人觉得陶醉沉迷其中。这些人正是所谓的声优，将动画角色的灵魂真正演绎出来的人。

声优，顾名思义，就是用声音进行表演的人。它是一个外来词，是指在日本职业化的配音演员。随着动画的传播，声优一词跟着流传到中国过来，因而成形。早于 20 世纪，日本电视产业刚刚起步时，随着大量译制电视电影的引进，从而产生了声优一族。在随后的 1970 年代，日本动画和日本漫画开始产业化，声优们借着商机逐渐窜红。到了 1980 年代后，声优们开始从幕后走到前台，不但参加唱歌、主持等活动，还组成各种偶像团体以便提升人气，并推出唱片和各种周边产品。

对于一部成功的动画作品来说，其成功的因素有多种多样，但必不可少地肯定是剧情、画面和声效。其中声效就包括了音乐和声优两部分。音乐固然是非常重要的一项因素，而好的配音对整部动画而言有着画龙点睛的决定作用。因为声优的配音有助于人物性格的塑造、故事情节的展开、主题思想的表达。声优配音水平的高低，影片配音质量的优劣，直接影响了动画的观赏性与娱乐性。比如 2013 年的 7 月新番中的《归宅部》虽然内容上是个很有趣的故事，但因为声优都是一些超级新人，棒读的配音风格吓跑了一杆人。尤其是在进入了“声优偶像时代”的现在，知名声优的加盟往往还能够提高一部动画的人气，带来更多的观众和更多的利益。

声优看似是只要简单轻松地用声音进行工作就可以，但其实并没有那么容易。声优不仅要音色动听，还要具备各种“能人所不能”的能力。女性声优反串男性角色早已司空见惯，许多声优甚至可以完成老人、中年人、青年、小孩的各种声音，而且还能够自由跨越从耳语到尖叫的广阔音域，同时还要始终维持所配角色的声音特点。想要能够让挑剔的观众记住自己，没有一些个人特色，是很难的。

因为声优是靠着声音吃饭的，因此嗓子对他们来说特别重要。一直在高强度的环境下工作的话，很容易喉咙会出现问题。一旦问题很重要的话，最终只能引退。并且，在声优偶像时代的情况下，就如同偶像艺人一样，每年都会有很多新人出现。如果没有在声优界里闯出些名声或者多接些除了动画以外的声优活的话，就会很难在以声优为职业生存，最终也会引退。所以，在表面光鲜的声优行业之下其实也是充满辛酸的。



↑“真·三国无双声优乱舞 2011 秋”的活动现场，小野坂昌也、置鲇龙太郎等声优正在介绍和解说游戏。



↑山口智充与路飞配音的人气声优田中真弓。

声优的出身和经历

日本的声优培训机制非常完善，专业的声优培训学校也是多不胜数。但是，并不是所有的声优都是从声优培训所出来的，能够活跃在第一线的声优，纵观他们的出身和经历，有如下几种

1. 广播剧团出身

NHK 和民间广播电台所组织的剧团，与电台的广播员不同，电台培养他们是为了娱乐方面的演出，他们是是负责广播剧演出的广播演员。“声优”一词在诞生之初，原本是指代他们的。因为文娱方面事务所的兴起，所有的广播剧团全都解散了。老一辈的声优多从广播剧团里出身，比如山内雅人、太平透、中村正等人

2. 养成所、专门学校出身

这又分成了由声优事务所所开的声优养成所和普通的声优养成所两种。青山七海就是在普通的声优养成所上学。这种学校主要教导学生如何成为声优，一般普通人想要成为声优走养成学校是最简单的。但是能在这条路上成功并不容易。从这里出身的名声优有：田中理惠、林原惠、水树奈奈、中村悠一等。

3. 舞台演员出身

主要指原先是在舞台剧或音乐剧上工作的舞台演员，而后声优出道的。其中像矢岛晶子、小林沙苗、名冢佳织、朴璐美等人就是在以舞台演员的身份活动过程中，被动画制作人员或声优关系者挖掘而出道。而太田淑子、葛城七穗等人则是宝冢剧团出身。

4. 童星出身

也有部分人是从中小学生的时候就开始作为童星从属于大公司的剧团边表演边培养演技，在高中毕业的年龄开始从事配音工作，之后大部分都成为了第一线的演员和声优。其中，以坂本真绫最具代表性。她 8 岁就开始进行配音、舞台表演工作，16 岁正式在歌手出道，现在也是很有名的女性声优。

5. 其他职业出身

从原来其他行业或完全不相干的工作转行成为了声优。比如由原广告代理店电通的职员转为声优的永井一郎、原警视厅机动队队员的若本规夫、建筑学毕业又成为了银行职员的金田朋子、原偶像转为声优的岩男润子、千叶千惠巳，原为公务员后转为声优的中井和哉等。



↑饭冢雅弓就是童星出身，四岁开始就参与电视剧演出。而后渐渐接触声优配音。



↑朴璐美，日本著名女性声优。原本是舞台演员，被来看舞台剧的富野由悠季相中，于是得以配音正式出道。

声优的主要工作内容

大多数的恋声控都是通过日本动画而接触到声优的，说起声优在众人的脑海里首先想到的也是在动画中活跃的声音们。除了正常的动画配音之外，声优们经常还会从事其他也是以声音为工作手段的工作，如歌手行业、电台节目主持、电视节目及广告旁白、公众场地广播的录音、H动画和游戏、耽美动画、外国影视作品（又称为“吹替”）以及广播剧等。

1. 动画配音

声优配动画的时候，主要有两种情况。一种是声优看着画画把握时机说出自己所饰演的角色的台词，这种叫做后期配音；另一种则是事先将台词录好再进行画面等的制作，又称前期配音。日本的主流方法，是后期录音，而美国动画中使用前期录音的情况比较多。近年的后期配音中，声优直接对着未完成的画面或者仅有的几张分镜进行配音的情况也逐渐增多。另外为了能够让声优最大限度地发挥他们的演技，最近前期录音的录音方式也逐渐增多。



↑日本著名艺人 GACKT 在为动画《尸鬼》进行配音。



↑《魁拔》日文版全部启用日本一线声优，关俊彦和竹内顺子时常互相开着玩笑，自称“父子拍档”。

声优出演动画的报酬采用等级排位制，所以特别是新作动画预算有限的时候，制作方就会倾向于选用等级排位不高的年轻声优来进行配音。

2. 游戏配音

相信有玩过游戏的人也会发现，游戏配音与动画配音以及国外电影的吹替在性质上有很大的不同。因为游戏不同于动画的连贯性，一般会随着剧情的进行和发展，选择各个相应的声音数据来进行播放的。一般说来，不需要声优对戏合配，而是收录每位声优单独进行录制的声音的情况会更多一些。这种场合，声优只要看着只印有自己负责台词的剧本的同时，把握好录音节奏进行配音即可。

游戏配音和报酬和动画配音一样，一般受众的游戏也是采取等级排位制。不过一些工口游戏等则不采取这种报酬方式。



↑在三国无双相关游戏活动上，小野坂昌也（赵云）与稻田彻（吕布）进行现场合配。

3. 广播剧、CD 剧集

广播剧也是声优的一个重要工作内容。与动画的区别就是动画是有画面的广播剧，而广播剧就可以理解成是没有画面的动画了。广播剧一般也多改编自漫画、轻小说或游戏，当原作动画化了的时候，多会沿用原本的广播剧阵容。当然，也会有声优集体大换血的情况。广播剧的工作报酬在声优收入中占有很大一项比重。说到CD剧集，最著名的当属大牌声优云集的治愈系CD《数羊》。虽然这一系列的原意是让人听着声优们的声音安然入睡，但是听到喜欢的声音对自己说话当然会是越来越清醒的啊。



↑一些作品经常会配合动画，发出声优配音的广播剧。比如此部《潘多拉之心》

4. 歌手活动

《超时空要塞》中林明美的出现，为声优的活动又开辟了一条新的道路，那就是进行歌手出道。从 1990 年代前半期开始，发售歌曲 CD、开办音乐会等开展歌手活动的声优也逐渐增加。在现在的这个声优偶像化的年代里，这种现象越发明显。当一个动画声优名气到了一定程度，就可能筹备歌手出道。而在出道之前，就很可能作为主演或者主演级的配角演员来演唱作品的主题曲或角色歌。另外，也有几名声优结成组合，进行音乐活动的情况。说到歌手声优双栖的最佳典范当属水树奈奈，水树奈奈以歌手身份进行活动不仅在武道馆开过演唱会，还连续几次登上了日本的红白歌会。


↑水树奈奈现在可谓是声优歌手第一人了。连红白都上过了。

5. 吹替

吹替，即日语“吹き替え”，意思为在国内我们所熟知的“译制配音”。在西方影片、国外的电视剧、电影和纪录片中进行日语译制配音的时候，声优们需要在看着画面的同时，配合着耳朵里听见的原声台词，把握好时机进行配音。一般来说，原声都会被消除，但是也有留下音量较小的原声后，使用日语声音进行覆盖的“盖音”方法存在。2013 年的欧美大片《环太平洋》就有杉田智和、林原惠等知名声优出演。

吹替和动画配音一样，报酬采用的都是等级排位制。



↑欧美大片《环太平洋》启用了杉田智和等知名声优出演。

6. 其他活动

除了上述常见的声优的主要工作之外，还有些声优会进行其他的工作。比如电视节目或广播 CM 的旁白，人偶剧和大型布偶剧的配音活动，舞台剧的出演活动，主持个人播放节目或者是动画广播节目，为成人作品进行配音等。在为成人作品配音时，声优一些会有马甲，当然也有直接使用原名的情况。


↑内田真礼除了配音之外，还参与特摄片的演出。

声优的发展历程

职业声优发展到现在，已经从默默无闻的地位上升到现在的偶像化现象。日本声优会加速职业声优化，是有着它的一些原因的。首先是在广播剧的全盛时期，NHK 和私人广播公司组建了自办的广播剧团（NHK 东京广播剧团之类）而培养了不少专业人员；彼时又处于电视普及时期，由于日本国内的电视剧、电影行业还不像现在这么发达，因此当时电视上主要是国外产品为主，于是声优进行译制配音（吹替）的需求量就大大增加了；另外 1970 年代的日本动画的崛起，使得一开始就渴望成为专业声优的人数增加了。



↑广播连续剧《赤胴铃之助》配音现场。

关于声优的活动，则可以追溯到 20 世纪 20 年代开始的广播剧时代。在广播剧时代里，出现了早期的声优，但当时的他们主要工作就是广播剧的演出，因此也被称为“广播演员”。“声优”这个词开始使用是在 1942 年左右。当初的声优，是指代专门出演广播剧的、东京广播剧团员和其他广播台的剧团员，到了电视时代，被固定为指代为吹替（译制片）和动画片进行配音的演员的专属名词。动画方面的声优活动最开始是 1933 年日本公开的首部有声短篇动画电影《力与女人的时代》。

观看声优的发展历程可以发现，自 1940 年代“声优”一词确定以后到现在一共经历了四次的声优热潮。正是这四次的热潮出现，使得声优这个职业越来越成熟，并一点点地从幕后走向人前，进而呈现出现在的万紫千红时代。

这四个热潮分别是：

第一个声优热潮： 在私营电视台的草创时期，1961 年的五公司联合协定（即日本五大电影公司松竹、东宝、大映、新东宝、东映于 1953 年 9 月 10 日签定的关于监督和演员的协定）决定停止向电视台提供日本电影。受此影响，各大电视台的电影、电视剧等节目内容出现短缺不足，于是就开始广泛播放大量的外国电视剧和电影等所谓外国片的日语吹替版。当时，NHK 对外国片的播放基本采取的是原声播放，配以日文字幕的形式。因此民营电视台则主要播放日语吹替版本。之后，外国作品的放映于 1960 年代前半期达到高峰。因此，声优的人气开始高升，第一个声优热潮也就出现了。这个时期的中心人物是为法国影星阿兰·德龙配音的野泽那智。

第二个声优热潮： 由 1970 年代后半最热门的剧场版动画《宇宙战舰大和号》所引发的动画狂潮，同样引发了第二次声优热潮。专业动画声优的出现也大致是在这一段时间里。被这股热潮所影响，声优业以及其并行的音乐活动也逐渐繁



↑《宇宙战舰大和号》的出现引发了动画狂潮。



↑古谷彻也是老牌声优之一，代表作有《圣斗士星矢》中的星矢。


↑神谷明，日本资深实力声优。

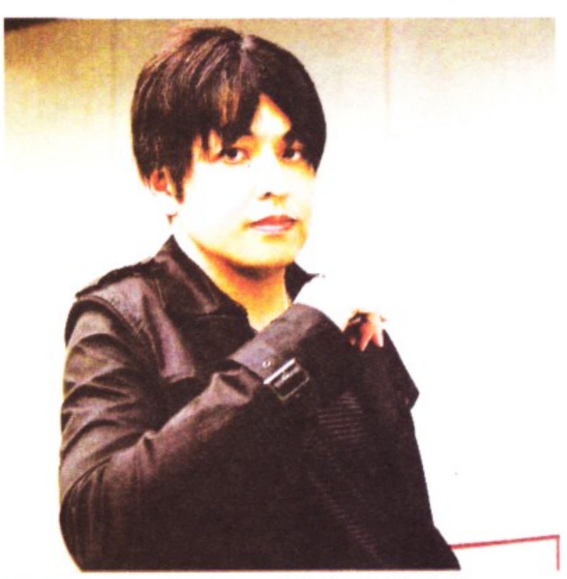
荣，神谷明、古谷彻、古川登志夫等经常在动画中饰演帅哥美男角色的人气声优一起组成了乐队“SLAPSTICK”并进行活动。除此之外，很多的声优都开始出唱片。当时唱片的销售量以万计数的声优有潘惠子、户田惠子、神谷明、水岛裕、SLAPSTICK 等等。1979 年“アニメトピア”等广播节目的播放标志着动漫声优作为主持的广播节目的诞生。现在很多知名的日本动漫杂志也都是在这个时代创刊的。其中，《ANIMAGE》的创刊总编尾形英夫打出的编辑方针牌之一，就是声优偶像化。这声风潮持续到了 1980 年前半，此时，声优一词逐渐被大众所知晓。

第三次声优热潮：专门向的声优杂志《声优 Animedia》于 1994 年创刊。于 1990 年代中期兴起的声优热潮中，声优露脸的机会增多，活动也更加地多元化和偶像化。此次热潮中的声优，除了声音方面的演技之外，还要求面容良好，以及相应的歌唱能力。此时开始，加入了声优们的语音的电视游戏和电脑游戏、声优主持的广播节目、声优作为主要嘉宾的动画和游戏相关的活动也逐渐增加。声优的歌手活动开始活跃，发售 CD、开办演唱会已成了常事。由于声优们纷纷走到幕前，并且越来越多地受到 Fans 的欢迎，其涉及的范围也越来越广，从而使得声优成为了演艺界的一种新形式的偶像，正式宣告了“偶像声优时代”的到来。

第四次声优热潮：在一次次地声优热潮过后，声优逐渐被大众接受并喜欢，而且偶像化的程度越来越高。第四次声优热潮，大概从 2000 年代后半期开始直到现在。声优活动的多元化 · 偶像化更进一步发展，声优的歌手活动也更加活跃，特别是水树奈奈的歌手活动尤其醒目。在接受动画配音和译制配音等正式出道之前，新人声优会在网络广播和活动中活跃的情况也越发增多。2006 年，每年举办一次用于评选声优的的“声优大赏”创立。

当然，虽说是进入偶像化时代，但是声优最重要的还是靠其声音说话。拥有实力才能够在竞争激烈的声优界里，继续占领高地。另外，虽然日本声优界的美少女风潮已劲吹数年，但是这几年随着腐文化的发展，男性声优在业界的地位逐渐提升，并成为了一个巨大的商机。这或许说明，男性声优风靡的时代也将来临了。


↑田村由加莉，被称为声优御三家之一。


↑绿川光，动画代表角色：《灌篮高手》流川枫等。


↑铃村健一，动画代表角色：《银魂》冲田总悟


↑关俊彦，日本顶级男声优之一，以实力和风格多变著称。

声优事务所

青二 Production

1969年4月1日由俳协独立出来，是业界公认规模最大的声优事务所。其创始成员中富田耕生和野泽雅子都是第一代动画声优，独立当时是第一家声优专门的事务所。1980年，成立了直属学校“青二塾”之后，有了自己的声优养成所目的是培养新一代声优。1983年，又成立大阪的分校取名为“青二大阪塾”。名字的由来是成立初期总部位于南青山二丁目，后来虽然总部迁移过很多次，但是到目前为止都没有迁离过南表山二丁目。专长为旁白，尤其是男性旁白人才为业界第一。旗下艺人中有不少是旁白专门而非声优。近年来因为事务所及养成所的新人养成方向不一致而出现经营危机。尤其是动画及游戏专长的人气年轻女性声优人数激减，现在基本上是靠中生代在撑的关系。和KOEI旗下制作团队Omega Force（无双系列等以历史为题材的游戏）有合作关系，所以KOEI制作的历史游戏很多声优全是青二的。在18禁工作方面，男性声优可以接，但BG一定要用假名，BL则无限制。一般来说EMU世代的都是本名演出，再晚些出来的就会用假名。女性声优则是完全禁止18禁相关。

声优代表：置鲇龙太郎、绿川光、森田成一、久川绫等。

81 Produce

81事务所成立于成立于1981年，因此名字里也含有“81”二字，是从一家叫Roduction　Baobab的声优事务所独立出来的。81事务所成立的时候正值第二次动画高潮和与之并行的第二次声优高潮中，当时声优数量的不足和动画作品数量的猛增非常不成比例。因此整体声优数量不足的状况在刚成立的81事务所身上表现得尤为严重。为脱离此窘境，81事务所的声优养成所“81演技研究所”因此成立了，不过与青二墅是青二主要的声优供给中心不同，81演技研究所始终没能成为81事务所最大的兵工厂。

多年以来，81事务所最主要的声优来源除了吸收脱离其他事务所的声优外，就是从行业外引进具备声优条件的人。这一人才引进方针逐渐成了81事务所的最大特色，也是它成为三大事务所之一的制胜武器。81事务所多年来和小学馆及NHK保持良好关系，所以小学馆动画和HNK的节目中，来自该社的声优数量总占一定优势。

代表声优：关俊彦、三木真一郎、高山南、樱井孝宏等。

Arts Vision系

Arts Vision是由其社长在1984年从俳协独立出来成立的。除了本家之外，还有一家子公司I'm Enterpris。此外，I'm Enterprise旗下有两间子事务所：VIMS和Crazy Box。Arts Vision的专长为动画配音，虽然其养成所挂着旁白的字眼，但对旁白反而不是很擅长。Arts Vision一直以培育偶像声优驰名。以林原惠为最知名的代表，ARTSVISION曾培育三石琴乃、椎名碧流、横山智佐、白鸟由里、天野由梨等多名高人气的偶像声优。I'm Enterprise作为的子公司，与母公司一样，主要从事管理旗下声优的工作。公司政策与母公司有些微分别，虽然主要仍是培养出偶像声优，但容许一部分声优设立或参与剧团的工作。可以说I'M是另一个偶像声优的集中地，其成员相比Arts Vision更加年轻化。1990年Arts Vision成立了其附属的日本播音演技研究所，日播研的特色便是培养偶像型声优，因此朗读训练、肢体训练等基本内容外，还加入了歌唱训练、舞台表演、舞蹈、社交等训练，甚至还有加强自信的心理课程。Arts Vision允许旗下声优用假名配18禁，但I'm则完全禁止，除了极少数BL有条件之外。

代表声优：森川智之、保志总一郎、铃村键一、崛江由衣、钉宫理惠等。

Sigma Seven

Sigma Seven也是一家很有名的声优事务所，因为著名的偶像声优水树奈奈就是隶属于这家公司。它于1988年3月成立，成立者为原东京俳优生活协同组合旗下声优洼田等与槙大辅等人，该



↑井上麻理奈，音色广阔，从可怜少女到少年角色都能演绎。



↑中村悠一，动画代表角色：《冰菓》折木奉太郎等。

公司由于网站名称之故，常简写为 Sigma 7。Sigma 7 主要业务是声优经纪，旁白解说员的比重逐渐增高，也有自由兼任播报员之经纪业务。在东映特摄的相关业务上，与洼田等与槇大辅的老归属“东京俳优生活协同组合”关系密切。

代表声优：中村悠一、水树奈奈、井上麻里奈等。



↑神谷浩史，音色清澈明亮，主要配音角色：《夏目友人帐》夏目志贵，《化物语》阿良良木历，《进击的巨人》利威尔兵长。

声优大赏

声优大赏，即声优 AWARDS，是日本的一个颁发给配音演员的奖项。作为日本声优业界最大的表彰奖励，声优大赏是由角川书店、小学馆、集英社、文化放送于 2006 共同协办的。当年正值“外国影片播放开始 50 周年”纪念，以此为契机，为了提高声优的地位并促进声优业界的发展与人才培育而设立。声优大赏以大众一般投票为主，由声优奖执行委员会颁奖给是年最活跃的声优。



↑梶裕贵，日本新生代男性声优，第 7 届声优大赏主演男优赏得名。

2013 年第 7 届声优大赏受奖名单

最佳主演男声优奖： 梶裕贵（ARTSVISION Inc.）

最佳主演女声优奖： 阿澄佳奈（81 Produce）

最佳配角男声优奖： 小野友树（Atomic Monkey）、诹访部顺一（俳协）

最佳配角女声优奖 大原沙耶香（俳协）、戸松遥（Music Ray'n）

新人男声优奖： 岛崎信长（青二 Production）、山本和臣（PRODUCTION ACE）

新人女声优奖： 石原夏织（STYLE CUBE）、大久保瑠美（81 Produce）

歌唱奖 背后潜行队 G（阿澄佳奈、松来未祐、大坪由佳）

最佳主持奖： 岩田光央（大泽事務所）

最多得票奖： 神谷浩史（青二 Production）

synergy 奖： 龙之子 Production50 周年

Kid's Family 奖： 田中真弓（青二 Production）

富山敬奖： 三矢雄二（combination）

高桥和枝奖： 绪方惠美（自由）

特别功劳奖： 青野武（青二 Production）

功劳奖： 近石真介（mouvement）、野泽雅子（青二 Production）



↑由堀江由衣为队长在 2005 年所发起，集合了神田朱未、高桥智秋、浅野真澄木村圆等人的声优团体“Aice5”。

日本声优大赏不管是在动漫业界中，还是一般的观众心目中都有着很重要的意义和价值。虽然该活动举办并不长，但在第一届就受到了广泛的影响。

该奖项主要有：主演男女声优奖、助演男女声优奖、新人男女声优赏、歌唱奖、主持奖和写作奖，理论上每年的获奖者都不同。而随着关注奖项的人数增加，活动页日渐完善，主办方又新增设了“特别奖”、由海外粉丝投票选出的“海外粉丝奖”、表彰在广播节目中表现突出的声优的“广播主持奖”等，总计 13 个奖项。

声优偶像化现象

不知道大家有没有注意到，现在的动画的片头曲或者片尾曲，由声优来演唱的频率越来越高，有些 OP/ED 是由动画里面的角色的声优来演唱，这或许也可理解为是为了加强动画内容与观众的互动性。但是现在越来越多的情况是，演唱 OP/ED 的声优并非在这部动画中参演、或者并非参演了主角，她们是以个人艺人的身份来演唱主题歌。这种声优的活动方式就是完全的偶像化。

早在八十年代初因为对林明美的超完美演绎，声音甜美唱功出众的饭岛真理就以此为起点，成功出道成为了一名歌手。当时一些参与大热动画的声优们也都或多或少的有了一点名气，于是她们的工作范围开始不只仅仅在配音领域，电台主持人、电视剧也能发现她们的身影，有一些也都发售了唱片。然而他们在三次元娱乐圈的活跃并没有给他们二次元的领域带来什么实质性的影响，即使是他们的关注者，也并不会刻意去联系到他们的声优这一身份。让大众真正意识到声优艺人这一概念的人，是林原惠。她开创了声优以“声优”的身份来进行艺能活动的先河，她主张“声优在舞台上的时候，一定不要让观众对他们背后的动画人物幻灭。”，所以在电台和电视中出现的时候，都紧扣着自己“声优”这一身份。因为林原惠本人是因为喜爱声优这一工作而去为动画配音的，在她的主观意识中并没有借此出名走入娱乐圈的想法，甚至一开始她对出唱片都是很排斥的——这种极高的声优职业道德加上她本身出众的天赋成就了她，同时也为后辈们指明了一条道路。现在的偶像声优，也基本都是以林原惠为蓝本。

声优这一职业，本来通俗点说就是配音演员，应该属于一种纯幕后的工作。然而现在日本声优们的工作却有着非常专业的事务所来运作。虽然不同于主流偶像那样经常在电视上出场，但是其余的比如见面会、广播、单曲、广告等商业活动已经基本与主流的偶像没有多大区别了。在 2000 年之后，一些外形出众的女性声优开始像艺人一样组成声优偶像组合，定期发售单曲举办 LIVE。比较代表性的组合就是由堀江由衣、神田朱未、高桥智秋、浅野真澄、木村圆组成的 Aice5。自从 2009 年水树奈奈以声优身份登上日本红白歌会之后，声优这一群体就在普遍大众之间有了一个比较深刻的印象。之前主要活动在御宅领域的声优们因此开始有了更多的曝光机会。也是从那时开始，声优偶像组合的数量开始大幅度增多，很多在此前可以单独出道的声优，在事务所的运作下，为了减少风险也分别组成组合，以声优团体的形式活跃在动画、音乐界。比较有代表性的是，由丰崎爱生、户松遥、寿美菜子、高垣彩阳组成的 SPHERE 和包括了日笠阳子、花泽香菜、井口裕香、日高里菜、小仓唯的 RO-KYU-BU。

本质是动画幕后工作人员的声优得到了偶像化这么一个台前的待遇，这绝对可以说明日本 ACG 产业的发达程度已经相当之高。也算是日本动画火热的一个表象。但是也正因为偶像化的存在，导致了现在在选择声优上更加注重了声优的外在条件，而稍稍有些忽视了声优的配音实力。这也使得现在的很多新兴的一线声优并没有形成自己独特的声线。这不得不说是声优偶像化的一个弊端。

日本动画的播放

对于国人来说，TV动画是最熟悉的动画播放形式。不过，除了TV动画以外，日本动画还有其他几种播放形式，包括剧场版、OVA 、OAD、ONA等。



日本动画的播放形式

提到日本动画，我们首先都会想到每年的四季新番 TV 动画，接着是热门大作动画推出的剧场版，然后还有 OVA、网络动画等。上述所提到的这些，都是日本动画的传播方式。即日本动画主要是通过电视台播放的 TV 版动画、电影院放映的剧场版动画以及通过 DVD、BD 等形式发行的 OVA 动画、通过网络发行的视频动画短、通过无线网络在手机、PDA 等移动终端上发行的动画等形式来进行传播的，其中前两种是日本动画最为重要的传播形式。

日本动画从 20 世纪 30 年代开始萌芽经过一系列探索之后，走到了现在的辉煌时期。在动画最初起步的时候，主要是剧场动画。20 世纪 60 年代，随着日本经济的高速发展，电视开始普及，也由此带动了 TV 版动画的发展和繁荣。手冢治虫等人着手将漫画作品从纸上搬到了电视屏幕，以第一部 TV 动画《铁臂阿童木》开创了许多电视动画特有的技法和表现手法。随着 TV 动画的慢慢发展，逐步形成了今日日本动画的制作体系和产业结构。目前日本的 TV 版系列动画总数为世界世界第一，已超过了 2000 部。每年依旧以 150 部以上的速度在增加着。仅 TV 版动画的制作与销售收入就高达 560 多亿日元。

剧场版动画是为了在电影院播放而专门制作的动画。由于“剧版”在日语中就是电影的意思，因此剧场版动画在中国又被称为某某动画电影版。这类作品的制作成本与投资、人力都高于 OVA 与电视版动画，画面也极尽可能地精致。不论在人物动作的流畅感，还是使用的分色数，甚至每秒的帧数上，都比 TV 版动画和 OVA 有明显的提升。通常一部剧场版动画的播放时间为 90 分钟，但现在 90 分钟明显已经不能够满足饥渴的动漫迷，因此 120 分钟、180 分钟也成为了发展倾向。除此之外，也会有像新海诚的《言叶之庭》这样只有 40

Annotation
名 词 注 释

TV 版：指在电视频道上播映的动画作品，一般为一周一集，一集约为 24 分钟。
OVA 版：原创动画录影带（Original Video Animation）简称。一般指通过 DVD，蓝光碟等影碟发行的方式为主的剧集，也指一些相较原著篇幅较小且内容不一的动画剧集。
ONA 版：原创网络动画（Original Net Anime）的简称，又称为 WEB 动画，指的是以通过互联网作为最初或主要发行渠道的动画作品。
剧场版：指在影院公映的动画作品，通常片长为 90 分钟，制作成本一般高于 OVA 及 TV 动画，画面精度也是所有传播方式中最高的。

多分钟的剧场动画。如今，只要受欢迎的TV动画，通常都会推出相应的剧场版，但其故事、人物通常都会和原TV版有所差别。有些会推出原创剧情，有些则将TV动画重新剪辑再加以制作成为可以在剧场上播放的片子。因此，能不能出剧场动画，已经快成为检验一部动画够不够火的标准了。

尽管TV版动画和剧场版动画成为动画的重要传播形式，但通过映像制品（主要是DVD、录像带、BD）来进行传播的动画更是数量惊人。有些人除了不一定会追TV动画，但是会买其动画的光盘，或者直接到影像店出租。除了一般的映像制品外，日本动画还通过OVA的形式进行传播。所谓OVA，原指未曾在电视播映过，或在电影院上映过，就直接发行录像带的动画作品。一般来说，OVA的画质介于TV版和剧场版之间。由于分级制度没有TV放送之严格，画面成分也可以处理的更血腥暴力和色情。从一定程度上说让监督有更大的空间发挥自己的想象力。OVA多见于名作或人气作品的篇外篇、话数比较少的高质量短篇、名作复刻片、同名游戏改编等题材。一些比较实验性的内容或拍摄手法也常见于OVA作品中。OVA的商业目的没有像剧场版那样明显，因此在制作经费、设备、人员上时有出问题的情况。因为制作经费相对较小，因此制作周期也相对较长。短的有一个月一部，长的则有相隔一年或者数年的。

另外，随着互联网多媒体技术和计算机讲述的迅猛发展ONA作为一种娱乐需求开始在互联网崭露头角。相比起传统的电视动画和OVA，ONA通常具有成本低廉、收看免费、带有实验性质等特点。在日本，ONA则更多被称之WEB动画。早期的网络动画以线条简单、色彩简洁的FALSH动画为主，随后随着网络硬件设备的提高，以及大量的web 2.0视频网站的出现，类似传统动画风格的高质量独立制作作品开始涌现。如今ONA的流行程度使其越来越受到社会和主流媒体的关注，一些商业动画也开始通过与大型视频网站合作的方式专门制作一些用于网络发布的动画。如同名漫画改编的动画《企鹅娘》在日本动画公司Picture Magic制作后，于2008年4月直接通过流行视频网站NICONICO动画首度发布，随后又推出以同样渠道发布的第二季度。

对于国内的动漫爱好者来说，直接上日本电视台追看TV动画或者是到影院观看剧场动画毕竟还是有些难度的。因此，在最开始在80年代的时候，国内曾经引进过一段时间的日本动画。后来，发布禁播令之后，则有民间动漫爱好者组成野生字幕组对日本动画进行翻译压制以供观看。如今，随着版权意识的提高以及中日交往的加深，国内也有不少视频网站会直接与日本的电视台合作取得播放动画的版权进行同步播放。



↑《Hellsing》的OVA用了整整七年的时候，才终于将10话的内容放送完毕。



↑动画火了之后，接下来便是剧场版的计划。《轻音少女》的剧场版可谓是众望所归。



日本TV动画

TV动画是国内动漫爱好者接触日本动画播放类别中最频繁也最常见的一种，一般改编于漫画、小说、游戏等，近年来原创的力量也有加强中。不同于国内动画一次性做完很多集然后每天播放一集的播放习惯，日本动画通常是一周一集（也有少数是每天播出数分钟短故事或每周一日播出数篇故事的方式），边制作边播放。

利用这种播放方式可以节约资金，减少制作投入。一般日本动画会用上一集播出赚的钱，完成下一集的制作，这是对资金最节省最灵活的运用。同时还可以加强片子与观众的互动环节，促进动画片自身的改善。每周一集的播放频率正好可以让观众有个时间进行讨论这部动画的剧情，如果观众认可了这部动画的话，还会积极参与进来，对这部片子提出意见或建议。而企划方也能根据民意进行必要的修改，使片子在接下来的策划、制作中得到进一步完善。一周一集的播放方式最重要的意义在于它可以淘汰劣质动画片。严格说来，观众不喜欢不能代表这个动画片就不好。但在日本动画制播这种极其商业化的环境中，观众反映不佳、商业利益不佳的动画片定会被拿掉。这样做，对电视台而言，可以减少低收视动画片对自身广告收入的影响；对投资方来讲，可以停掉正在制作的动画，寻找其他投资点，避免在不受欢迎的动画片上无效投入。比如说，当年的初版《宇宙战舰大和号》就是因为时不逢机，而最终遭到腰斩。

TV动画主要有三个时间段播出，即早上、傍晚的黄金档和深夜档。其中，早上播放的动画多为幼儿向，而黄金党则多为热血向动画或者全年龄向动画。值得一提的是深夜动画。深夜动画，顾名思义就是在深夜时段播放的TV动画，主要时间段为23点到4点之前，播放的电视台为日本的五大民营电视台。深夜动画通常会出现25：04分播出等此类的时间，其实是因为在日本零时以后的时间通常会写成25点、26点等，这相等于二十四小时制的翌日01点、02点。

深夜动画主要以动画爱好者和一般年轻阶层（初高中生乃至20岁以上的青年）为对象。因为是在深夜播出，深夜动画的尺度一般会比黄金档还要高，内容既有常见的恋爱、萌、动作、SF等，也会出现血腥暴力和略带色情的情况出现。深夜动画相比黄金档更容易出比较有内涵的作品，所谓的青年向动画多是在深夜播出。然而自从1995年起，自从怪物级的深夜档期电视动画《EVA》取得空前绝后的成功后，大量电视台也注意到深夜档这块一向忽视的蛋糕。一时之间深夜动画猛增乃至泛滥，除了原先专供青年向乃至成年向的动画之外，偶尔也会有一些幼儿向动画出现。



↑像《小魔女Doremi》这种偏幼儿向的魔法少女动画，一般放在早上的时候播出。



↑《海贼王》作为一部正统的少年动画，一直占据着黄金档的时间，收视率很也高。



新番动画

说到TV动画，不得不提到的一个词，那就是新番动画。新番源自日语词汇“新番组”，意思是新节目。原意是对新出的影视节目的统称，但由于新番这词是属日本影视界所特有，且由于日本影视界中以动画出现“新番”一词的频率最高，所以新番可以说就是新番动画的代名词。但必须说明的一点是，新番这个词是专属TV动画的名词。

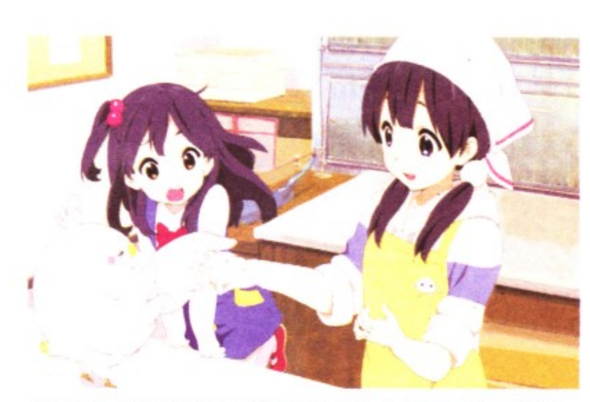
一般新番动画播出的时间在一、四、七、十这4个月份上面。一周一话，三个月为一季。一季刚好13话左右。所以日本动画大多都是季番（一季）11~13话、半年番（两季）22~26话、年番（四季）52~56话。1998年-2005年的动漫也有很多尝试了（三季）36-39话的集数特点，但是已沉寂。

4月新番又称为春季新番，7月新番则是夏季新番，10月的新番为秋季新番，冬季新番是指1月的新番。不过，有部分新番并不是按照一、四、七和十4个月份播出。所以一般会将新番播出最多的四个月份的前后一个月也纳入当月新番。因此春季新番也包括3月和5月。夏季新番也包括6月和8月，秋季新番也包括9月和11月，冬季新番也包括12月和2月。

每年这四季新番都会产生很多新动画出来，不少动漫爱好者更是把追番当作一种乐趣。其中，4月新番和10月新番是公认的新番旺季，每年都会有很多精品出自这两个月之中。很多动画公司、电视台也会尽量在这两个月里将各家最好的作品摆上。因此这两个月的动画通常会多于其他两个月。而七月又经常被人笑称为萝莉月和后宫月（卖肉祭），大概是因为七月的新番动画盛产萝莉吧，并且有不少肉片也会放在七月播出。虽说没有进行细致统计，不过一月番多治愈系。

但是，2011年1月番里《魔法少女小圆》的成功又引起了各大电视台的关注。原来原本看似淡季的冬番一样可以出大热之作，因此现在虽然4月和10月依旧是新番井喷期，但是也有不少电视台也会在淡季的1月和7月放出自信之作。

无论日本的新番播放到底有什么规律，对于动漫爱好者的我们来说，每个月有动画看每周有动画追就是最好的规律了！



↑2013年的1月番动画《玉子市场》，为京阿尼的原创作品，很有京阿尼的作品风格。



↑四月番《进击的巨人》以超高人气席卷了2013年的上半年，剧中台词还多次被拿来恶搞。



↑不愧是萝莉月的七月，《黄金拼图》这部萌妹子萝莉片，可是萌煞一众大叔。

日本动画的盈利途径

虽然动画包含了许多有关制作者的想法与艺术价值在里面，但我们不可否认的是对于制作动画的人来讲，动画带来的经济收入也是非常重要的。

那些有关日本动画的梦想和现实

其实人这个生物的从业是件很微妙的事情。我们中国就有一句古话，“男怕入错行，女怕嫁错郎。”。意思就是说，一个男人，对自己将要从事的事业一定要慎重，如果不慎重，选了一个错误的行业的话，那么这个男人的一生都将闷闷不乐；一个女人，重要的就是一定要选对男人。而判断一个女人选没选对男人的标准就是看她选的这个男人在事业上到底强不强，而她的男人在事业上强不强，基本完全取决于她的男人在结婚之前到底入没入对行。因此，这句俗语的中心就是“男怕入错行”。你一个男人，一人入错行不要紧，但是你要连累了你的老婆孩子也跟着遭殃那可就太悲哀了。这么一看，纠结的永远都是男人。到底是选择收益高的行业来养家糊口还是选择自己感兴趣的行业来让自己充实快乐，这是千古以来男人面临的最大抉择。

成功人士是什么样子的呢？古往今来的成功人士都能很轻松的把自己的兴趣和自己的事业结合起来，然后两者水乳交融愈战愈勇，如此一来成功人士的成功总是显得那么理所当然，而在走向成功的路上，那些成功人士吃过的苦也都成为了他们谈论自己成功经验时候的笑谈。你会发现，越是成功的人，他们就越喜欢说自己在奋斗时候吃的苦，因为他们想让世人知道：自己的成功并非天上掉下来的馅饼，自己之所以能成功，基本都是因为自己已经付出了绝对大的努力。就像唐僧取经，已然经历了九九八十一难，那就没有理由不给自己一个金身罗汉的报答。然而，这就是一个美好的故事。在我们所处的现实当中，谁没有经历过苦难呢？纵然不能温饱，纵然心爱之人没有选择跟自己在一起，纵然上个大学之后发现原来自己真的是被大学给上了，纵然我们回首一下过去二十余年的时光，发现动画漫画轻小说里面讲的所谓的“青春”自己完全都没有经历过，纵然了太多的纵然，我们依然发现，历尽艰辛的我们似乎还是没有什么回报。

于是很多人在这个时候选择了放弃，他们纷纷回老家结婚，选择此生平凡，不再战斗；但还有一些人选择了坚持，选择了咬牙，他们知道现状已经是无比的凄惨，他们也知道自己即使还是继续奋斗也不见得就能成功。但是，无论如何，他们还是选择了像那首歌中唱的那样“留下来！”。对，他们还是留了下来。而很多很多年过后，我们方才发现，他们的坚持，恰恰支撑起了一个崭新的行业。他们在一次又一次的失败中摸索，他们也在一次又一次的迷茫中学习，最后，虽然可能他们并没有活到看到自己的奋斗开花结果的那一天，但是，事实表明，他们当初选择的坚持果然是无比正确的。无数后人踏着他们开辟出来的道路走向了成功。

现实一面是残酷的，而另一面又充满了人情味。当年奋斗的那些人，后人依然记得他们的名字，后人依然抱有对他们的敬仰。如今的日本动画会给自己的相关周边产业带来巨额的收入，纵然还是能有一些动画公司倒了个闭，但从大方向来讲，日本的动画产业的良性收入循环已经显得

比五六十年前好了太多。这全得得归功于一位动画界的泰斗人物——手冢治虫。

手冢治虫的忧郁

让我们从手冢治虫怎么在动画上挣钱出发，来说说日本动画到底是怎么挣钱的吧。

还是从头说起，先说说手冢治虫的动画历程。

手冢治虫以漫画家的身份率先出道，他在着手去做动画之前，有 15 年的漫画职业生涯，并在这 15 年的职业生涯当中取得了至今都不能再有哪位漫画家能够企及的成就。——甚至现在的诸位漫画大师们连当初手冢治虫的一个边儿就碰不到。总之在这些年当中，手冢治虫一边是走在漫画的最前线，基本成为了所有漫画家的领头羊，一边暗中关注着动画的形势。他本人从很早之前就对动画有着浓厚的兴趣。在东映动画成立之前的一段日子里，手冢治虫还亲自来到东京找制作动画相关的工作，结果没找到。好不容易看到一则招聘，人家老板还对他说“你这么厉害一个漫画家，没事儿来做什么动画啊，又不挣钱。”虽然表面上看来这有点像是借口，但是当时的现状也恰恰就是这样，做动画基本是赚不了什么钱的。在那个时候，动画的收入基本都来自于剧场的播放，因此，一部动画在制作之前以及制作之中，制作者根本就不会知道自己做的这个动画到底会不会挣钱。细数一下手冢治虫之前的动画人，他们基本都有着漫画家的第二身份，哦，不，也许动画家才是他们的第二身份。那个时候的动画更像是一种附属品。你要是做教育片，好的，日本政府会出钱赞助你；你要是想做一些比较个人的动画，那对不起，就只能你自己筹钱来做了。因此，很多动画人都是用自己的第一职业来养自己“做动画”这个第二职业。

此时在漫画界已经封了神的手冢治几乎每一部作品都有着第一名的单行本销量，因此对于手冢治虫来说，自然是不缺钱的。他本人是有



↑手冢治虫老爷子一生成就多到数不清，在漫画领域，他的“常盘庄”激励了一代人优秀漫画家。在动画领域，他开创了太多的先河，在为后人开辟了道路的同时，自己的艺术成就也非常之高。











→位于日本兵库县宝冢市的手冢治虫博物馆，是为了纪念这位伟大的日本现代商业漫画奠基人。馆内不仅收藏展示了各种珍贵的历史资料，连展出形式也尽量还原了大师原作中的奇思妙想。

“用漫画的收入来弥补动画的支出”这一个觉悟的。——这种觉悟非常难能可贵，如果不是这种牺牲精神，日本动画也不可能摸索出一条完整的收益之路。

东映动画成立之后，连续出品了一些优秀的动画。他们的第三部作品把选题定在了手冢治虫的漫画《我是孙悟空》上，东映动画将这部作品命名为《西游记》，他们也知道手冢治虫一直都有着动画情结，因此东映动画找来了手冢治虫来负责《西游记》的原案和系列构成。通过这次合作，之前完全不了解动画的手冢治虫明白了许多东西，除了制作动画的技法之外，还有东映动画的模式。他对东映动画这种流水线式制作，缺少演出和监督个人风格的团队风格颇有微词。这也成为了之后他的虫工作室能够成功的基础。有意思的是，这一次的合作非常低调，当时的动画圈还并不知道手冢治虫已经进军动画领域。东映动画对此也是保密的。

这部《西游记》在威尼斯国际儿童电影节上拿了奖，成为了被世人认可的日本动画，东映动画也因此名声大振。但令手冢治虫有些想不到的是，《西游记》虽然取得的成绩很高，坊间人们的认知度也很高，但是它并没有带给东映动画多少直接收入，在手冢治虫心中，一个如此全民性关注的作品不可能只取得了比之前略高一点点的经济收入。

我们之所以说手冢治虫是开创日本动画盈利手段的人是有道理的。他在热爱制作动画的同时，也非常清楚社会的现状。动画梦需要动画收益的支持，而原有的收入途径还真就无法再开发了。《白蛇传》和《西游记》已经异常火爆，就算动画的上座率再怎么高，收入也无非就是那些数字，因为影院播放这个市场已经饱和了。手冢治虫陷入了忧郁。

手冢治虫的第一步

忧郁归忧郁，但路还要一步一步地走。在东映动画积累了一些经验之后，手冢治虫首先想到的是自己成立动画公司，于是他在东京买了块地，盖了个小楼，手冢治虫工作室就此成立。他的第一部作品名叫《街角物语》，是一部文艺气息非常浓郁的作品，他希望通过这部作品的艺术性来奠定手冢治虫工作室的地位。放映之后，《街角物语》取得了不小的反响，再加上手冢治虫本来就属于大名鼎鼎级别的，因此坊间对手冢治虫工作室的第一印象非常好。

动画自从它出现以来就一直有一个非常大的矛盾：追求艺术还是追求利益。追求艺术，就是崇尚动画制作者的自我价值标准，这样打造出来的作品基本上都会非常的小众；而追求利益，就需要牺牲动画制作者的价值观来迎合大部分观众的价值观，最后挣钱不挣钱先不讨论，单说这个创作动画的过程就一定快乐不到哪里去。这种矛盾从上个世纪五六十年代就一直纠结着动画的各位导演们，直到今天，有些动画公司也依然没有掰扯清楚到底应该先尊重市场还是先尊重自己（这里并没有特指什么骨头社）。

在那个创业阶段，手冢治虫想出了一个策略：先做一部商业片，保证全家吃饱，家底殷实；然后利用做商业片挣的钱，来做概念片。如此一来，既满足了动画演出们的创作欲望，又满足了公司员工们的温饱玩乐。然而，现实永远比理想骨感。因为商业片挣得钱发完工资之后就没多少钱用来做概念片了。从来都是挣钱靠商业，得奖靠概念的模式，这一完美运转的链条中途突然断掉，不得不让人有些难过。于是，手冢治虫想出了一种新的运营模式——进军 TV 动画。

在手冢治虫想出这个主意之前，TV 动画并非不存在，只不过仅限于欧美地区，在日本，还从来没有过 TV 动画。原因还是比较简单的，因为没钱没时间。当时的剧场动画的长度基本也就一个多小时，正好相当于 3—4 部 TV 动画的长度。要知道，一部剧场版动画是需要长达一年多的制作周期的，怎么可能会在一个月之内完成呢。不过手冢治虫偏偏就要挑战 TV 动画，他大胆使用有限动画的模式（在之前的章节中有介绍过），使得

TV 动画的工期能够跟得上每周的播放。在最初公司还没有得到收益的时候，他甚至从漫画的版权费中拿出钱来为自己的员工发工资。对于一个公司的老板而言，这是非常少见的行为。若不是因为对动画的大爱，很难想象手冢治虫会做出这个大的一个牺牲。当然了，这里也不得不佩服他的远见。

TV 动画带来的影响是显而易见的，《铁臂阿童木》一经播出之后，就迅速在坊间形成了话题。尤其是对于小孩子而言，更是把阿童木当成了自己的偶像一般。拥有了认知度之后，进一步的商业运作的道路就被铺平了。

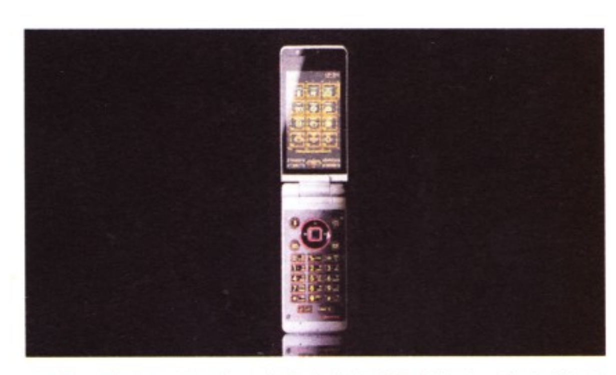
手冢治虫首先想到的是与别的商家合作，将《铁臂阿童木》周边化。手冢治虫想到的是与糖果公司合作，手法非常简单，就是把阿童木印在糖果包装的封面上而已。手冢治虫首先找到了当时的日本第一大糖果公司森永，但是却遭到了闭门羹。森永的老板并不认为这个合作会带来多少经济收益，在他看来，手冢治虫似乎只是来要钱的而已。殊不知，就这么一次选择的失误却使得森永从此遍丢掉了糖果公司龙头的头衔。

与手冢治虫合作的企业是当时日本的第二大糖果公司明治，现在的我们都知道，明治已经成为了日本第一大糖果公司，并且基本上已经壮大到了垄断的地位。他们就像当年耐克选择迈克尔乔丹一样，他们也同样选择了前途无量的手冢治虫。印有阿童木图案明治公司的糖果迅速就在存在感上战胜了森永的糖果，在很短的一段时间内，明治就反超森永成为了日本糖果公司中的霸主。这一商业合作，也成为了动画公司和赞助商合作的典范，同时也开创了动画相关产品周边化的先河。手冢治虫让动画公司在寻找赞助商的道路上走得越来越顺。

如今，动画公司与赞助商的合作已经相当广泛，真可谓是只有你想不到没有你做不到。只要赞助商们愿意出钱，动画公司就会非常慷慨地把自己动画的人物形象的使用权卖给他们。这一方面增强了赞助商的产品的吸引了，另一方面也算



↑用《EVA》来做的剃须刀的广告，海报图显得相当没有节操。



↑《EVA》主题的手机，非常的高端洋气上档次，在当时卖到了很高的价格。



↑《EVA》的相关周边食品，从泡面到零食再到饮料应有尽有，这么精美的包装，你真舍得撕吗？

是动画的一个移动广告。最典型的就要数模型玩具类的周边了。比较有代表性的就是万代公司。它们直接在动画制作之前，就制定了一套非常详细的动画玩具营销策略，旗下公司 SUNRISE 从一开始的《机动战士高达》就是以卖模型为目的制作出来的动画。有趣的是，他们优秀的营销策略使得动画的观众并没有在这个过程中闻道太多的铜臭味。SUNRISE 作为一个机战动画大社，也总是在一心一意地制作着故事优秀画面精良的机战动画作品。而一部又一部的机战动画又能为母公司万代提供更多的模型产品，如此一个良性的循环让 SUNRISE 从来没有在赞助费上发过愁。几乎他们的每一部作品都能有一个丰厚的资金支持。

除了模型之外，还有很多领域的产品现在都会选择开始尝试与动画公司合作。比较成功的就是 GAINAX，以《EVA》为主题的产品基本个个都有着一个非常不错的销量，饮料、手机、汽车、甚至是刮胡刀。动画的影响是深远的，即使是现在，《EVA》的相关产品依然有着一个非常不错的销量。

如今的商业合作已经多得不能再多，我们也从一开始每看到一个都有一种新鲜感，变成了现在看得太多，基本已经是见怪不怪的状态。

手冢治虫的野望

前面的动画历史部分就已经介绍过，在 TV 动画的制作过程中，即使是手冢治虫这样的大师，也并非完全一帆风顺。期间在反复的尝试与探索的过程中，手冢治虫逐渐找到了一种理想的有限动画模式，更加注重世界观，对于镜头更加的考究。日本动画的特色也就由此诞生。于是，手冢治虫开始有了自己的野心——动画出口。《铁臂阿童木》由于自身的 SF 性质，也同样受到美国小朋友的欢迎，很快美国的电视台就决定买入阿童木的版权。手冢治虫对此非常的重视，他亲自去美国，签订合同，删减情节，同时也了解了很多美国电视节目的限制和美国小朋友的喜好。由此看来，手冢治虫不仅是日本动画周边化的第一人，同时也是日本动画出口版权的第一人。在他的下一部动画作品《森林大帝》的企划阶段，手冢治虫上来就瞄准了对美出口，在动画的脚本创作阶段就完全按照对美出口的标准来进行。现在我们已经知道了，《铁臂阿童木》和《森林大帝》都已经成为了动画史上的经典之作，被翻译成很多种语言，在世界上几乎每一个国家都有播放，包括我们中国。

进入 20 世纪 90 年代，动画数字化的进程加速，DVD 和蓝光 DVD（也就是 BD）的出现让动画的出口手段变得更加丰富。2013 年公映的新海诚的新作《言叶之庭》就由国内的媒体出版商代理，《言叶之庭》也因此成为了第一个在中国正版发行蓝光碟的日本动画。日本的新番动画大部分也都以网略播放的模式在中国大陆正版播出，不过有一点不要弄混，中国的视频网站的网络播放版权大多都是向日本电视台购买的，与动画的制作公司并没有太大的关系。

在 20 世纪的 90 年代，我国曾经大面积地引进日本动画，《机动战士高达》《超时空要塞》《三眼神童》《口袋妖怪》《数码宝贝》《EVA》《逮捕令》等诸多优秀的日本动画都在中国的省级电视台上正版播出过。出售播出版权也成为了日本动画的第二大收入形式。

动画的圈钱计划

总结一下上面说过的收益来源，无非就分为两点：第一，出卖动画内容（包括人物、人物的服饰、人物的武器等）的使用权。第二，出卖动画的播放权。此外还有与唱片公司合作推出片头曲、片尾曲、角色歌等单曲，还有与游戏公司合作推出的游戏（因为很多动画都是游戏公司委托制作的，所以由动画改编游戏的情况并不多见，因此就没有把这一手段单拿出来细说）等诸多将动画“周边化”的手段。但是从游戏唱片公司取得的收入基本还都会以赞助费的形式得来，因此基本也可以算作是“出卖动画人物”这一手段。如今的日本动画产业也的确可以用“产业链”这个高端大气上档次的词语来形容了，动画不仅仅

是动画，所有领域的商人都会紧盯着每一部大红大紫的动画，借机能让自己的产品销量一飞冲天。我们此时再回想一下日本动画刚刚起步的那段日子，不禁会感叹起动画真的是在突飞猛进的发展了。而本次讲日本动画的盈利途径的时候，一直在围绕着手冢治虫来讲的原因，还有开场说了那么多有关现实与梦想的话题的原因，就是想借此告诉读者们两点：第一，手冢治虫对日本动漫两界的贡献都前无古人甚至后无来者；第二，日本动画的起步并不高，日本动画人也并非天生就得到了上天的眷顾，他们起步的时候也非常的艰难，他们也有过非常迷茫和痛苦的时期，但是他们在不断地忍耐和牺牲自己的过程中一路走了过来。把日本动画带到了如今的高度上，这一点，着实发人深省让人深思。

→机体模型是机战动画的重要收入来源，同时也是每一代御宅族必收藏的动漫周边。

白蛇传 & 铁臂阿童木

白蛇伝 & 鉄腕アトム

STAFF: ■文艺: 石津岚■剧本: 手塚治虫、桂真佐喜、丰田有恒、鸟海尽三、石津岚、富野喜幸（由悠季）、铃木良武，等■演出: 手塚治虫、坂本雄作、出崎统、森重行、山本暎一，等■音乐: 高井达雄■原画: 正延宏三、石黑升、石之森章太郎、藤子不二雄，等■广告代理: 万年社■制作: 虫 Production

作品解说 白蛇传

日本动漫产业的起步是从中国的一部民间传说故事——《白蛇传》开始的。《白蛇传》的传说在民间流传已久。故事讲述的是白素贞为了报答许仙当年的救命之恩，修炼千年幻成人形，只为成就与许仙的一段姻缘。本来希望过上美满的生活，白素贞和许仙夫妇却被法海和尚盯梢，法海把白娘子封印到了雷峰塔之下……这个充满浪漫主义色彩，又凄美动人的爱情传说故事流传到现在经久不衰，不知道打动了多少人的心。白素贞、许仙以及跟随白素贞的小青形象已深深扎根于人们心中，可谓家喻户晓，妇孺皆知。



以家喻户晓的民间传说为蓝本，日本第一部彩色长篇动画

东映动画公司成立于美国迪斯尼乐园竣工的第二年——1956 年。在社长大川博的带领下，以美国迪斯尼为奋斗目标，立志为日本的动漫产业创出一片新天地。公司成立之后的第二年，时任制作部长的薮下泰司便远渡美国，考察美国各大动漫公司的摄影棚，并从中学习如何搭建自己的动漫制作室。开始日本动画就是模仿引进美国动画的制作技术，1958 年以家喻户晓的民间传说为蓝本，制作并公映了日本第一部彩色长篇动画电影《白蛇传》。这部动画的问世，在当时的日本本土造成了极大的轰动，还影响了后来的动画大师宫崎骏。



作品解说 铁臂阿童木

天才科学家天马博士痛失爱儿，便创造了机械人 TOBY 作为儿子的替身，并将人类的特性与价值观编进他的程序之中。这个机器人不仅拥有情绪变化和同情心，更兼有儿子的残余情感与记忆。还给 TOBY 装入了超常的本领，10 万匹马力和 7 种武器，并带回科学省。TOBY 却在油轮上被马戏团团长骗走，受到马戏团的虐待。后来，科学省长官御茶水博士把 TOBY 赎回去，取名"阿童木"。阿童木有时候因为机器人的身份备受歧视，他对自己的身份充满困惑，但是他想在机器人和人类之间搭建友好桥梁，并且为了正义同邪恶作斗争。



阿童木第一版的电视动画，是日本播第一部电视连续动画

《铁臂阿童木》是日本漫画家手塚治虫创作的一部科幻长篇漫画作品，于 1952 年至 1968 年于光文社《少年》漫画杂志连载。该作品讲述了未来 21 世纪的少年机器人阿童木的故事，问世之时引起了轰动，这个聪明、勇敢、正气凛然、不畏艰险的机器人娃娃人见人爱。还改变了人们对漫画的偏见，改变了家长们以为看漫画对学习有不良影响的想法。该作品先后多次被改编为动画，其中 1963 版第一版电视动画是日本第一部电视连续动画，也是中国引进的第一部国外动画。



宇宙战舰大和号

宇宙戦艦ヤマト

STAFF：■企划、原案、制片人：西崎义展■监督、设定：松本零士■构成：舛田利雄、西崎义展、山本暎一■音乐：宫川泰■ SF 设定：丰田有恒■设定制作：野崎欣宏■机械设计：松本零士、Studio Nue ■监修：山本暎一、舛田利雄、丰田有恒■角色设计：冈迫亘弘■音响监督：田代敦巳

作品解说

西历 2199 地球濒临灭亡。8 年前即 2191 年，地球人类群体第一次接触地外知性生命，他们名为加米拉斯，加米拉斯帝国为了挽救自家母星的危亡，毫不留情侵略其他星球。地球军在与加米拉斯帝国军的交战中惨败，同时加米拉斯帝国军向地球发射大量含有放射能的小行星炸弹。本与加米拉斯为双子星球的伊斯坎达尔星球仗义相助，向地球发送了波动引擎和波动炮的设计图纸，并告知地球道，伊斯坎达尔拥有清除放射能的设备“宇宙清洗器 D”。地球利用新技术“波动引擎”让宇宙战舰大和号可以航行在恒星之间。背负着地球的希望，宇宙战舰大和号启程飞起，前往伊斯坎达尔星。



Point 1 参考中国古典神话名著《西游记》故事，大和号此名的由来

《宇宙战舰大和号》一开始的策划组是跟藤川桂介、丰田有恒以合作的形式成立。藤川桂介和丰田有恒为策划中的片子取了很多名字，有《宇宙战舰 COSMO》、《Astroid6》等，还参考了中国古典神话名著《西游记》的故事，主角一行人像唐僧师徒去西天取经那样，为了拯救濒临灭亡的地球全人类，到遥远的异星，经历千难万险，最终取得清除核辐射的装置回到地球。松崎健一是负责绘制战舰的画师，他设计战舰图参考了日本海军的战舰，有三笠号、长门号等，后来制作组舍去原本的命名，改名叫“宇宙战舰大和号”。



→航行在星海之间前往伊斯坎达尔的宇宙战舰大和号。

Point 2 动画加入大规模战争场面，个性丰富的角色和主人公成长

本次剧组的特点是多数人参加过手塚治虫的“虫制作公司”。以当时整体的动画制作水平来讲，1974 年版《宇宙战舰大和号》的动画加入了大规模战争场面，还有描写众多个性丰富的角色以及主人公的成长轨迹，加上科幻设定等那些内容，是动画界中崭新的创举。《宇宙战舰大和号》系列的配乐均采用了大型乐队或全编制交响乐团演奏的形式。在《宇宙战舰大和号》诞生之前，动画里这种大规模制作的配乐还是比较罕见。此后采用交响乐团演奏配乐的日本动画片开始逐年增多。



→大和号上的船员们不畏艰险，克服重重困难，来到了伊斯坎达尔星。

Point 3 坎坷播放，1975 年科协星云奖，引起第一次的“动画热”

《宇宙战舰大和号》刚播出来的那段时间里，受到同一时间段其他电视台播放的动画片《阿尔卑斯山的少女海蒂》、《佛兰德斯的狗》、《人猿军团》等影响，收视低迷，最后还没有放到预定的集数匆匆腰斩。但《宇宙战舰大和号》获得了日本科幻爱好者的口碑，以及拿下 1975 年的科幻协会星云奖。TV 版开始重播，收视率节节走高，《宇宙战舰大和号》系列引起了第一次“动画热”，扩大了动画的年龄层，并且造成一定的社会影响，成为日本动画在影视娱乐地位当中的奠基作之一。



→男主角古代进抱着女主角森雪。森雪曾经是一代动漫迷心中的女神。




2199
ヤマト

机动战士高达

機動戦士ガンダム

STAFF：■企画：日本 SUNRISE ■原作：矢立肇、富野喜幸（由悠季）■音乐：渡边岳夫、松山裕士■人物设定：安彦良和■机械设定：大河原邦男■美术设定：中村光毅■总作画监督：安彦良和■总导演：富野喜幸（由悠季）■制片人：关冈涉、大熊信行■编剧：星山博之、松崎健一、荒木芳久、山本优、富野喜幸■制作：名古屋 TV、创通代理、日本 SUNRISE

作品解说

少年阿姆罗·雷所居住的宇宙都市 Side7 正在受吉恩军攻击。阿姆罗为了保卫家园和同胞登上联邦的第一台实战用 MS 高达（RX-78-2），显示了高达作为 MS 的强大，并且击毁敌人的两架扎古，就此开始驾驶高达的机师生涯。故事以阿姆罗为主角。描述他乘上高达的母舰怀特要塞，经历了种种困难。阿姆罗还跟来袭的赤色彗星夏亚几次交手，确立王牌机师的地位，跟夏亚开始了长达 15 年的宿敌对峙。阿姆罗卷入的战争，也是宇宙世纪规模最大，影响最深远的“一年战争”。



Point 1 跟巨大机器人不同的机器人动画，每集半小时的连续剧情

20 世纪的 70 年代，日本社会一般认为动画仍为专门面向儿童的产物。后来这个刻板的定见由《宇宙战舰大和号》、《鲁邦三世》等热门作品给逐渐消解了。那时候也有别的流行机器人动画，跟其他动画一样是每集半小时长的单元剧。《机动战士高达》是针对高年龄层所构想出来的作品。跟巨大机器人不同的机器人设定在当时是比较另类，不过故事的结构上是连续下来的剧情，并不是一集单元剧，以少年阿姆罗为主轴展开。而且通篇没有绝对的正邪黑白分明的思想，还较为严肃地探讨了在未来时代可能会发生的现实问题。



Point 2 星球大战：光束军刀，敌人的设定，剧集结构和吸引人之处

另外一方面，当时的美国已经上映了乔治·卢卡斯的科幻电影《星球大战》，已经风靡世界，流行于日本。而片中的武器和各种组织的设定，便借用了许多太空歌剧的流行元素，仿效《星球大战》。比如高达使用的光束军刀，还有敌人设定为未来世界的独裁国家，穿着像德国纳粹党的军服。《机动战士高达》还仿效了日本军事科幻动画始祖《宇宙战舰大和号》的剧集结构，每集半小时的连续剧描写一群人物在同一艘宇宙战舰上，旅途中不断跟敌人战斗，产生激烈的戏剧冲突，吸引非科幻迷观众。



Point 3 导入那些兵器和战争的先驱性元素，富于军事武器的色彩

相对于既有的机器人作品，导入那些兵器和战争的先驱性元素，富于军事武器的色彩，吸引一些本来并非科幻迷的青年或成年人观众的追捧。确立跟过去巨大机器人不同的“写实机器人”这个类别。本作还是后来《机动战士高达》成为系列多年的开篇作，构建了一个宏大的高达世界。起初还不太被观众接受，《机动战士高达》也和《宇宙战舰大和号》最早播放差不多，收视率相当的低且有口碑。后来接近尾声的时候，评价爬升，支持者实施了要求重播的行动，本作得以一再重播，并且制作三部剪辑版的电影，终于让“高达”进一步成为奠基日本动画的作品之一。



银河铁道 999

銀河鉄道 999

STAFF：■企画：别所孝治、横山贤二、小湊洋市■原作：松本零士■音乐：青木望■指挥：中谷胜昭■制作负责人：佐伯雅久■美术设定：浦田又治■角色设计：荒木伸吾、湖川滋（友谦）■总作画监修：湖川滋、小松原一男■制作：富士电视台、东映动画

作品解说

故事的背景是未来世界，人类文明高度发达，大量涌现智能机器人，机器人已经在日常生活中占据着重要的位置。人类为了不老不死，尝试把人类改造成机器人。宇宙中已经开通了连接各个星球和地球的列车。少年星野铁郎的母亲被机械伯爵杀害，母亲临死前要他前往宇宙中一座可以免费改造机械身体的星球安达罗。铁郎还是少数未改造机械化身体的完全人类，他要实现那个免费改造身体的梦想，在车站抢劫前往安达罗的银河铁道 999 车票，却邂逅了和他母亲长得相像的美蒂尔，美蒂尔帮助他乘上 999 号列车，开始充满未知的旅程。



Point 1 《银河铁道 999》以宫泽贤治名作《银河铁道之夜》为原型

日本著名的作家宫泽贤治有一部传世经典作品叫《银河铁道之夜》，其诗意洋溢又充满想象力的丰富内涵影响了一代又一代人。松本零士的代表作漫画《银河铁道 999》便是以《银河铁道之夜》为原型。1977 年至 1981 年，《银河铁道 999》连载在漫画杂志《少年 KING》上，是杂志的招牌漫画，一共有单行本 18 卷，拿下 1977 年第 23 届小学馆漫画大奖，还在连载的时候就把《银河铁道 999》改编成电视动画和剧场版动画。《银河铁道 999》跟松本零士参与的《宇宙战舰大和号》一样，共同在 80 年代初卷起了松本零士热潮。



Point 2 松本零士对《银河铁道之夜》的喜爱，乘坐列车的青春阅读

松本零士本人十分喜欢宫泽贤治的这部作品《银河铁道之夜》，特别爱不释手，反复读过很多遍。就是这部小说陪伴他度过了整个青春年华，他一介少年，捧着《银河铁道之夜》其中的一篇《蓝鸟》阅读，坐上蒸汽火车前往东京，看得热泪盈眶。《银河铁道 999》登场的银河列车跟《银河铁道之夜》的列车类似，包括火车整体和运作系统这些细节再现，并且同样以现实中存在的日本旧式国铁为模板。标题里“999”的意思，是变成大人的“1000”之前未完成的青春。

→神秘女子美蒂尔陪伴少年的旅途，度过了一段岁月。



Point 3 松本零士作品的风潮，动画的高立意，不可多得的经典佳作

本来制作公司是打算先把松本零士的一部漫画《宇宙海盗哈洛克》改编成动画，但因为种种原因还没有达成这个目的。这时候跟松本零士相关的《宇宙战舰大和号》迎来火爆的时期，便找出《银河铁道 999》跟《宇宙海贼哈洛克》一起两部作品动画化。《银河铁道 999》以少年在旅途中的冒险探讨了生命、死亡、彷徨、分离、追忆、永恒、成长等深刻的话题，又体现了反乌托邦的元素，整部片子的气氛比较压抑，最后才稍微明亮起来，是科幻的故事，也是属于铁郎的银河铁道青春。穿梭银河之间的列车汽笛响起，表现了《银河铁道 999》的气韵，并且把动画的高立意延伸到后世，是一部不可多得又具影响力的经典佳作。




あれから2年
青春のロマンをのせて
銀河鉄道999は
ついに最後の旅へ…
さよなら
銀河鉄道999
—アンドロメダ終着駅—



超时空要塞

超時空要塞マクロス

STAFF：■企画：大西良昌■原作：StudioNue ■总监督：石黑升■系列构成：松崎健一■人物设计：美树本晴彦■机械设计：宫武一贵、河森正治■美术监督：多田喜久子、胜井和子■音乐：羽田健太郎■监修：河森正治■作画监督候补：垣野内成美■制作：每日放送、龙之子 Production、Anime Friend

作品解说

故事时代背景是相对创作年代而言的近未来世界。公元 1999 年，一艘来自外星的宇宙战舰坠落到地球，世界上几个强大国家为了弥补环境的破坏，掩饰外星战舰坠落的事实，组成全球性的统合政府。战舰经过十年地球统合军的合作修理且改造完毕，取名“SDF-1 马克罗斯”（SDF-1MACROSS）。在改造马克罗斯的过程中，世界各地也在进行分裂的激烈冲突。2009 年，马克罗斯举行首航典礼。月球轨道附近有大规模时空迁跃反应，触发马克罗斯主炮自动发射，地球跟外星人杰特拉帝展开了星间战争。青年一条辉在首航式被卷入战争，巧遇偶像歌手林明美，然后又跟军官早濑未沙相识，他们形成了三角恋爱关系。



Point 1 河森正治的起家和确立动画界地位之作，充满热情的创造

说起河森正治这个名字，都知道他是以一部名作起家且确立动画界地位的监督。于是，他所创作的一部作品如何极富盛名，自然就想到了《超时空要塞》系列。最早《超时空要塞》TV 动画播映于 1982 年。那时候，河森正治是负责机械设计的作画人员，他设计了主角驾驶的可变战斗机 VF-1 女武神，以及参与企画阶段的构成和演出，使他初试锋芒。他和负责角色设计的美树本晴彦是高中同学，还有业余的学生庵野秀明、前田真宏、贞本义行参与作画。《超时空要塞》跟《宇宙战舰大和号》、《机动战士高达》相比有着最大不同的地方，制作人员都比较年轻，并且都是较为狂热的 SF 迷以及动画迷，带着一种实验的感觉去充满热情地创造“想看的作品”。



Point 2 推广真实系机器人概念的动画，打破以往科幻动画的套路

片中首先注意到的真实精巧的机械设计，是建立在现实军事考证的基础上，也可说是自《机动战士高达》以来又一部推广“真实系机器人”概念的动画。作为科幻动画，上来就是地球人跟外星人的“第一次接触”，表示两个文明的初次面对面，打破了以往科幻动画当中地球被动地给外星人大肆侵略的套路，并且很大程度淡化了当时真实系机器人动画热衷的“枯燥的政治剧”和“残酷的战争”。以一条辉、早濑未沙和林明美的三角关系为主轴，穿插战时地球大众的社会生活，然后又描写敌方杰特拉帝的所思所动，可以注意到“文化”这个关键词收束至故事的结尾。

→一对男女在激烈战争的情况，爱情戏增加了可看性。

Point 3 偶像歌手林明美演唱的歌谣曲更是构成全片的根本元素

故事里，跟马克罗斯战舰外的宇宙战争对照，战舰内讲述林明美如何从普通的少女成长为全宇宙的偶像歌手，那是典型的“灰姑娘”路线。林明美演唱的歌谣曲不只是剧中插曲，更是构成全片的根本元素，动画中用偶像歌手的歌声解决战争问题是一个划时代的尝试，也成就了现实与动画交错的虚拟偶像前驱，之后《超时空要塞》系列便承接“歌曲”这个不变的主题至今。为林明美配音及演唱的饭岛真理在本作完结后摇身一变创作歌手活跃乐坛。战机变形机器人、偶像歌手、恋爱三角关系，作品的三大特征促进《超时空要塞》成为一部日本动画史上具有里程碑意义的作品。



→宇宙级别的偶像歌手林明美当年迷倒许多观众。





风之谷

風の谷のナウシカ

STAFF：■制作：德间书店、博报堂■原著、分镜剧本、导演：宫崎骏■制片人：高畑勋■音乐：久石让■音响监督：斯波重治■作画监督：小松原一男■原画：金田伊功、中村孝、庵野秀明、高坂希太郎、渡部高志、小田部羊一，等■编导助手：棚泽隆、片山一良■制作进行：押切直之、神戸守、岛崎奈奈子

作品解说 未来世界，高速发展的人类工业文明遭受"七日之火"战争而破坏殆尽。一千年后，少数人类在一片栖息巨型虫子的"腐海"森林包围下苟延残喘，但依然积极地生存下去。"风之谷"是一座靠海的人类小王国，以海风阻挡腐海孢子得以让人们生活于此。娜乌西卡是风之谷族长基尔的女儿，她是一个善良勇敢又聪明的16岁女孩，擅长驾驭滑翔翼飞行，拥有跟王虫沟通的能力。人类和虫子互相憎恨，毒气在风之谷蔓延，人和人也是充满无休止的厮杀，娜乌西卡和风之谷卷入了多鲁美奇亚和塔吉特抢夺巨神兵的激斗。夹在王虫来袭和人类战争之间，娜乌西卡承担起守卫家园的责任，甚至牺牲生命在所不惜。



Point 1 宫崎骏遇上伯乐德间书店的总裁，德间康快资助做动画

《风之谷》的动画是根据宫崎骏于1982年起连载在《Animage》杂志上的漫画改编而成。漫画断断续续连载了12年，单行本共7卷，才于1994年收尾。动画剧情取用漫画单行本第1卷至第2卷的内容。1982年是一个关键的年份，除了《风之谷》漫画开始连载，宫崎骏遇到了伯乐德间康快，德间康快是日本最大发行集团德间书店的总裁，他资助宫崎骏和高畑勋创办工作室做动画。1983年，《风之谷》开始筹备，宫崎骏导演，高畑勋当制片人。1984年3月，《风之谷》上映。



←美丽聪明，勇敢坚强的女主角娜乌西卡。



→为保卫家园而奋斗的娜乌西卡。

Point 2 娜乌西卡努力游走在人与人、人与大自然的多方关系之中

宫崎骏早年从巴奈德•艾维斯林所著的《希腊神话小事典》读到了荷马史诗《奥德赛》之中一段派阿基亚公主瑙西卡的故事。传说中，瑙西卡终生未婚，她是历史上的第一个女性吟游诗人，她到处旅行，咏唱奥德修斯和他的航海事迹。宫崎骏十分喜欢那个公主角色，借用此名字创造出了一个聪慧灵性、坚韧不拔的少女娜乌西卡。娜乌西卡游走在人与人、人与大自然这些多方关系里，近似完美的亲和形象越来越鲜明，令人难以忘怀，从而成为日本本土最受欢迎的动画女主角多年名列前茅。



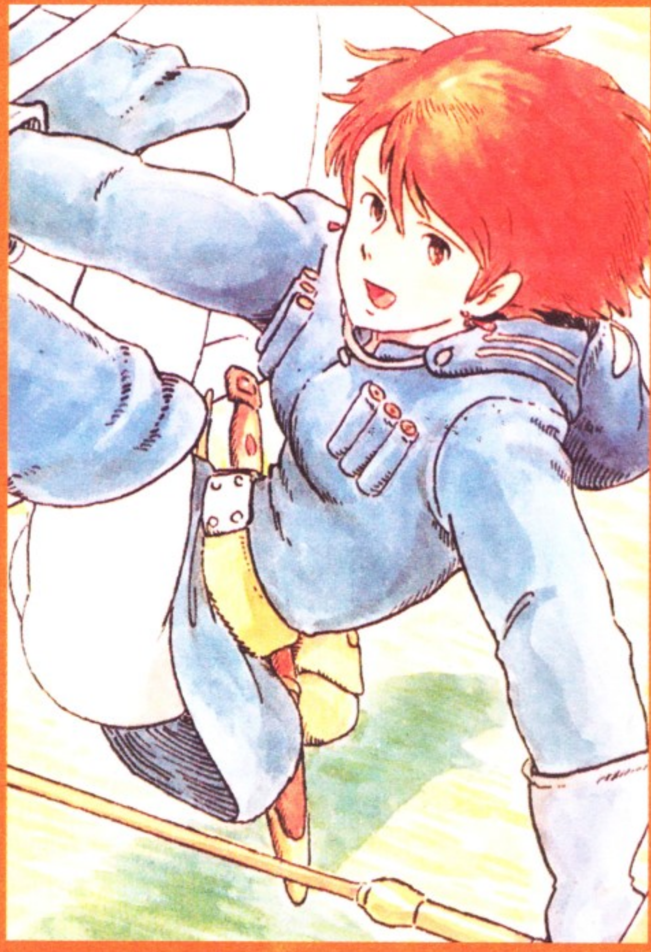
→取自希腊神话的吟游诗人之名，娜乌西卡可以跟王虫沟通。

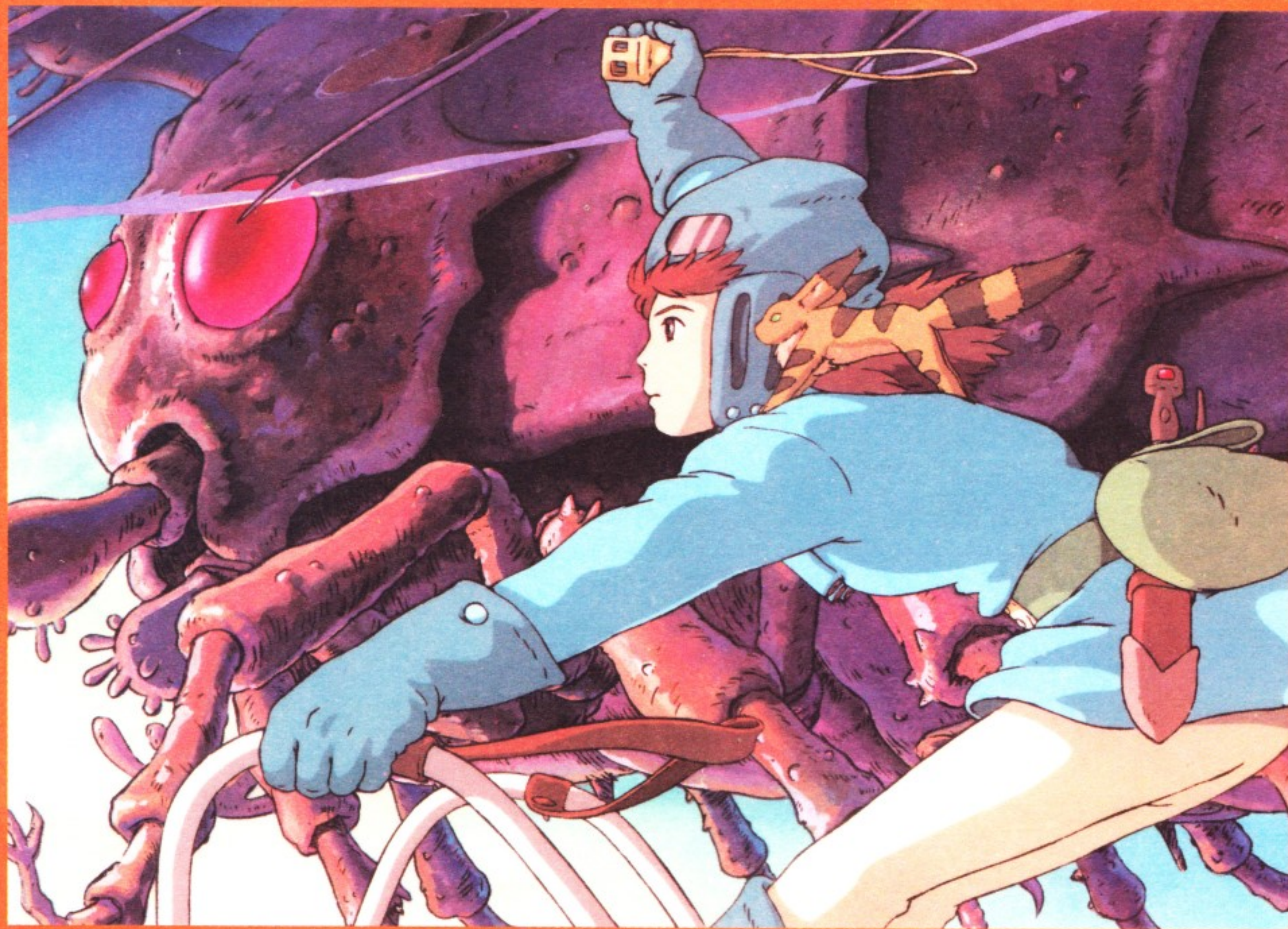
Point 3 丰富想象力，对人与自然深度和广度兼具的思考，人文关怀

娜乌西卡在一次意外中掉入腐海底部，还发现了秘密，其实腐海净化受污染的大地会产生剧毒瘴气，而净化后的腐海底部有干净的空气和水源，王虫是守护腐海的生物。大胆揭示人类本质正是地球的"害虫"，人类的邪恶和自私造成了自身和其他生物严重的困境。特色突出的《风之谷》用精致的画面、优美悦耳的音乐向广大观众展现了宫崎骏的丰富想象力，对人与自然深度和广度兼具的思考，还有高度的人文关怀。《风之谷》一片获得了成功，奠基宫崎骏在动画界的地位，同时，宫崎骏也被奉为环保主义者的教父。1985年，宫崎骏和高畑勋在德间书店注资帮助下，终于建起"吉卜力工作室"，开启一个辉煌的时代。









七龙珠

ドラゴンボール

STAFF：■原作：鸟山明■连载杂志：《周刊少年 JUMP》、《TV LAND》、《TV Magazine》等多本■企划：七条敬三、森下孝三■音乐：菊池俊辅■系列构成：小山高生■编集：福光伸一■制作负责人：岸本松司■制作：富士电视台、东映动画

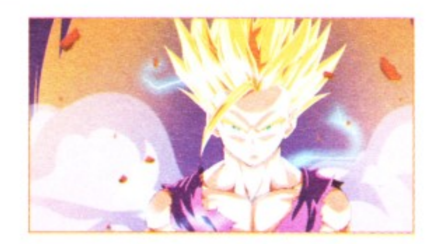
作品解说

中国古典四大名著之一《西游记》的故事百年前流传至现代依然家喻户晓。基本上，大家耳熟能详唐僧师徒上西天取经这么个故事大概，唐僧师徒和不少神怪的名字倒背如流：孙悟空、猪八戒、沙僧、白龙马、牛魔王、如来佛……《西游记》的故事在信息爆炸年代屡屡成为不少作品的母题和典故轮番来玩。我们看到鸟山明的代表作漫画《七龙珠》就有叫孙悟空的主角，一头大刺刺竖直发，长着猴子尾巴，驾驭筋斗云，挥舞金箍棒。以他为中心，和一群小伙伴们行走天下，展开像西游记那样围绕着“梦想”“友情”“战斗”“努力”的冒险故事。



Point 1 全球畅销少年漫，海南摄影美术出版社，80 后的童年回忆

鸟山明 1984 年起在《周刊少年 JUMP》开始连载《七龙珠》至 1995 年，一共 519 话外加 1 话番外篇，发行 42 卷单行本，日本国内销量达到 1 亿 5 千万本，全球超过 2 亿 3 千万本。2002 年到 2004 年再度发行 34 卷完全版。90 年代的我国没有像现在那样资源丰富的网络和四通八达的物流，小孩子们经常在地摊上看到薄薄的一本分开卖的漫画，一卷单行本拆开成四本，一般是海南摄影美术出版社（海美）出版。如果问一些 80 后喜欢动漫的人，他们多半会记得这么一套书，有不少漫画名作以这种形式在我国动漫迷中推广，大家也比较习惯海美版的翻译，最后有中国少年儿童出版社的正版。《七龙珠》是 80 后动漫迷青少年回忆的一部分。



Point 2 《七龙珠》的故事前后期风格变化，作品大体分为六个部分

连载 11 年，《七龙珠》的故事前后期风格变化很明显，可以看到圆润可爱的小悟空怎样变成动不动爆衣的肌肉男卡卡罗特，西游记式轻松搞笑的冒险路线踅到场景无限扩大化，外星人和地球人的激烈乱斗……作品大体分六部分：少年期、短笛大魔王篇、赛亚人篇、弗利萨篇、人造人和沙鲁篇、魔人布欧篇。然后 1986 年至 1989 年开始播放第一部动画版，1989 年至 1996 年播放第二部《龙珠 Z》，1996 年至 1997 年播放非漫画原著改编的第三部《龙珠 GT》，间中有 19 部剧场版。2004 年至 2011 年把早期的《龙珠 Z》重新编辑成《龙珠改》，浓缩篇幅，画面用高解析的规格，配音和配乐重新制作，使得这部有历史的作品焕发新的生命力。



Point 3 《七龙珠》引领热血动漫的创作风潮，热血动漫的根基相通

少年系热血动漫一般喜欢安排主角一次次打败恶势力，并且一次次化敌为友，感化他人……敌人层出不穷，主角一次比一次遇强更强打败敌人……悟空从变身大猩猩，学会冲击波，到变身超级赛亚人，强敌也从地球上的一般坏人到打到那美克星，再出现宇宙级别的魔人，强得无限膨胀。《七龙珠》引领了一阵热血动漫的创作风潮，不断升级不断打怪不断收人这种模式可以从现下《火影忍者》《海贼王》等作品看到跟《七龙珠》一脉相通的热血动漫根基。



←七颗龙珠、筋斗云、金箍棒，西游记的元素组合。



→《七龙珠》的重要角色之一，好色、武功高强的老爷爷龟仙人。





圣斗士星矢

聖闘士星矢

STAFF：■制作人：旗野义文、横山和夫，森下孝三■原作：车田正美■系列构成：小山高生，菅良幸■音乐：横山菁儿■人物设计：荒木伸吾、姬野美智■美术设计：洼田忠雄、河森正治■美术：洼田忠雄、鹿野良行、大河内稔■ TV朝日制作人：加藤守启、川田方寿■旁白：田中秀幸■制作：TV 朝日、东映动画

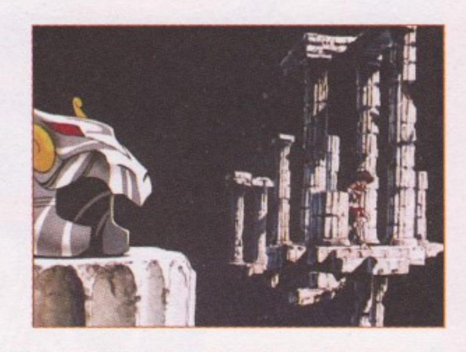
作品解说

很多人小时候看过一部动画片，也从地摊上收到过 1 块 9 毛的海南摄影美术出版社漫画。放学回家守在电视机前，画面上五个穿着古怪盔甲的人向前奔跑，然后冒出五个大字"圣斗士星矢"，各种形状的圣衣箱子闪亮登场，圣衣散开，部件一个个啪地贴到他们的身上，他们使用的各种绝招都有响亮的名字——"天马流星拳！""庐山升龙霸！""钻石星尘！"受到影响跟伙伴们游玩大声模仿。《圣斗士星矢》作者车田正美创作的灵感来自"狮子座流星雨"，经过几次调整修改后，主角变成了天马座的青铜圣斗士星矢。



Point 1 战争与智慧的女神雅典娜，身边聚集不同的少年为她卖命

一个灵感的带动，希腊神话走进了车田正美设定的宏大世界观。天上群星璀璨，争奇斗艳，化为一件件圣衣分成黄金、青铜、白银等，穿上了就是帅气的战士。神与人的战斗从上古时代持续下来，战争与智慧的女神雅典娜，身边从来都聚集着不同的少年，奋不顾身地为她战斗，他们都是荣耀的"女神的圣斗士"。星矢、紫龙、冰河、瞬、一辉这五个少年战士一不怕死二不怕苦，遵从雅典娜的领导，排除千辛万难，打败强敌们，战翻玩弄阴谋的教皇、击溃水漫大地的海神波塞冬、和死亡黑暗的冥王哈迪斯抗争，为了全世界的人类，圣斗士们努力地争取胜利。



Point 2 漫画的连载和 TV 动画版集数，中国沈阳电视台引进译制

《圣斗士星矢》最早于 1985 年 12 月起《周刊少年JUMP》上开始连载漫画，1986 年 9 月第 1 卷单行本发行，同年 10 月播映 TV 动画版，一共 114 话。《圣斗士》就此开始风靡全日本，并且横扫中国。随后，海南出版社出版了全套 45 卷的正版引进漫画，译作《女神的圣斗士》。至于中国少年儿童出版社重新出版 28 卷的重制版本那已经是很久之后的事情了。1989 年，《圣斗士星矢》TV 版动画登陆中国，由沈阳电视台译制。大陆和香港地区播放 TV 版的时候，日本那边已经从 1987 年到 1989 年上映了 4 部剧场版，但因为跟原作精神相悖，市场反应一般。1990 年，"冥王篇"的故事结束，也意味着《圣斗士星矢》的五年漫画连载画上句号。



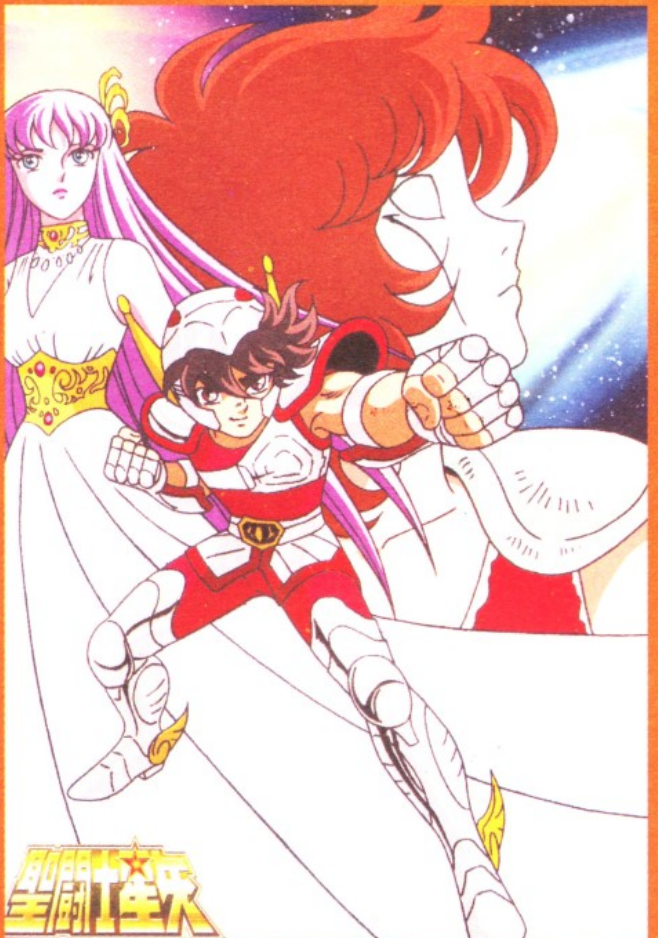
Point 3 少年为主体的战斗，创意新颖，主角光环，BL 同人大派

本作火爆的契机，正是圣斗士世界观所表现的战斗装备、特殊能力等要素，并且有一些设定概念如小宇宙、星名点也具有新颖的创意，加上以少年为主体的战斗。顺便一提，《圣斗士》又把热血动漫的"主角光环"用到了极致。90 年代后半期，受到本作成功影响的作品代表有《魔神英雄传》《天空战记》。圣斗士这些被称为"美型"的角色登场，本来作品的目标是小学生以下的儿童群，实际播放吸引的大部分粉丝却是 10 多岁到 20 多岁的女性，这些女饭的热烈支持推动了商业的成功，最终目标锁定青少年女性，还意想不到地催生了大量的 BL YAOI 同人志，《圣斗士》担纲了 90 年代同人漫画和 BL 类别的基础。




ACG
大辞典
动画




聖闘士星矢

新世纪福音战士

新世紀エヴァンゲリオン

STAFF: ■企画、原作: GAINAX ■企画: Project Eva ■导演: 庵野秀明■人物设计: 贞本义行■机械设计: 山下郁人、庵野秀明■副导演: 摩砂雪■美术监督: 加藤浩■色彩设定: 高星睛美■摄影监督: 黑田洋一■编集: 三木幸子■音响监督: 田中英行■音乐: 鹭巢诗郎■动画制作: 龙之子、GAINAX ■制片人: 小林教子、杉山丰、■制作: TV 东京、NAS

作品解说

《新世纪福音战士》通常缩写为 EVA。故事从 2000 年的南极讲起，科学考察队接触了第一使徒亚当引发第二次冲击，导致世界大战。人类成立针对 EVA 的研究所 GEHIRN，后来改为 NERV。SEELE 打算进行人类补完计划，中和每个人的 AT 力场，回归 LCL 之海，可 NERV 的负责人碇源堂却另有计划。NERV 组织 EVA 消灭来袭的使徒，少年碇真嗣在各种焦虑和挣扎之中驾驶上初号机，还结识了绫波丽、明日香他们。SEELE 和 NERV 矛盾渐渐浮出水面，最后 NERV 中了 SEELE 的计谋受到袭击，SEELE 发动人类补完计划。TV 版就到此为止了，意识流结局的补完计划依然模糊不清，结合后来的剧场版仍有不少争论。



Point 1 庵野秀明的新天地，非典型机器人动画，日本动画的革命

宫崎骏是一代动画大师，庵野秀明过去在大师的作品《风之谷》里担任原画，虽然只是很短暂的一段时间，也算师出名门，画完巨神兵后闯自己天地，以《新世纪福音战士》名扬四方。EVA 最开始被当作“机器人动画”来制作，注重战斗和人物对话，随着情节推移，渐渐深入人物的内心，带出了精神分析式的叙述，而于结局部分给观众带来冲击。初号机、零号机这些看似机器人的设定，但它们会像人类一样喷血，会发狂，还考验驾驶员的精神契合度，表示 EVA 和使徒一样都是特殊的生物，就已经不是传统意义上的机器人动画。除了突破性的机械设计，EVA 运用意识流、宗教、哲学的意象，以及动画罕见的拍摄手法，造就日本动画的一场革命性创举。



Point 2 日本社会的自我保护心理机制和危机意识，EVA 影响力

生活在日本社会，人们都有很强的自我保护心理机制和危机意识，大街上匆匆的脚步和拥挤却井然有序的交通，使得日子看起来千篇一律。繁文缛节的礼貌，是人与人之间最省事的交际保护罩，恭顺的表面之下还是有孤独、淡漠、不被理解的心灵焦灼。EVA 的影响力不光视觉和世界观上，还从人际关系和内心世界的平衡问题入手，重新定义英雄主角和其他角色，种种现代人会遇到的心理问题引起观众的共鸣。作品表现的象征主义、心理学、哲学等元素，庵野都附上了强烈的个人演绎特征。



←碇真嗣和常人一样的孤独脆弱，戳中日本观众的心理。



→ EVA 的三名驾驶员。跟使徒的战斗场面精彩好看，也加入了心理哲学等元素。

Point 3 公认无以伦比的跨时代作品，动漫迷的重要经典，社会现象

EVA 是公认无以伦比的跨时代作品，动漫迷的重要经典。26 集的 TV 版动画在 1995 年 10 月播放，1996 年 TV 版完结，1997 年至 1998 年的三部剧场版，2007 年起陆续出四部新剧场版，十几年的热度经久不衰。EVA 引领了宅文化的潮流，站在动画界屹立不倒，高瞻远瞩。遍及各阶层的观众已经讨论和解读无数遍，还在津津乐道。虽然现在形成了被人戏称“吸金补完计划”，但也不否认 EVA 的诞生把日本动画制作推到了一个前未所有的高境界，引发广泛深远的影响，商业和内涵的两者结合，让 EVA 聚集了巨大的能量，激荡开来成为一种社会现象。







少女革命

少女革命ウテナ

STAFF：■企画、原作：Be-PaPa's ■原案、导演：几原邦彦■原案、漫画：斋藤千穗■系列构成：榎戸洋司■人物设计：长谷川真也■导演辅佐：金子伸吾、高桥亨■概念设计：长滨博史■色彩设计：国音耶生■美术监督：小林七郎■色彩设定：店桥真弓■编集：西山茂■音响监督：田中英行■音乐：光宗信吾■动画制作：J.C.STAFF ■制作：TV 东京、读卖广告社

作品解说

天上欧蒂娜在小时候被一位王子所救，并且深深为王子着迷，于是，少女立志成为一个王子，开始穿上男装。她来到凤学园就读，跟姬宫安茜同宿舍。欧蒂娜发现安茜被学校的人称为“蔷薇的新娘”，平常像人偶给学校的人争夺来争夺去，谁得到她，她就会完全从命于谁，还被欺凌，没有自主性。欧蒂娜把安茜当作朋友，为了保护安茜，跟其他人决战，牵扯进了凤学园学生会的斗争里，欧蒂娜和安茜一起踏上彼此救赎，寻找自我的道路，双双到那个不知是何处又道不明的“世界尽头”……作品一共 39 话 4 个部分：学生会篇、黑蔷薇篇、凤晓生篇、启示录篇。



Point 1 精神内核，象征主义，是世界观充满形而上学的独特作品

片中的学生会经常重复引述出典自赫尔曼•黑塞小说《德米安》里的一句话：鸟要挣脱出壳，蛋就是世界。人要诞于世上，就得摧毁这个世界。鸟飞向神。神的名字叫阿布拉克萨斯。”这句话同时也是整个《少女革命》系列的精神内核，“内核”在承负“意义”的角色和映射“意义”的故事之间，产生反应裂变浓浓的“象征主义”，繁复无处不在的隐喻可以提供多种解读的可能，加上当时与众不同的先锋或大胆的表现手法，使得《少女革命》成为一种世界观充满形而上学的独特作品。



→《少女革命》动画中频繁登场的两个少女剪影，独特，又有趣味。

Point 2 少女少男的思春期主题，几原邦彦和斋藤千穗的矛盾点

这个动画的主题是少女少男的思春期。几原邦彦虽然想弄成少女漫画的感觉，可绝不仅仅是少女漫画，包含很多感性、虚幻的地方，于是找上了少女漫画家斋藤千穗合作。本来几原给作品的名字叫《少女革命 KISS》，设定主人公可以通过跟谁的接吻变身，就要让欧蒂娜和安茜百合。斋藤以正统少女漫画家的身份自豪，她认为少女读者不会期望看到同性爱情节，强烈予以否定。斋藤跟几原在制作期间不时有沟通障碍，甚至使得几原焦头烂额到急性肠胃炎发病住院。斋藤在动画播映完毕后，心境发生变化，肯定了《少女革命》的同性爱成份。



Point 3 “神的名字叫阿布拉克萨斯”，冲破城堡到外面的世界

《少女革命》已经安排和组合多种角色互动元素，榎户洋司编剧和几原邦彦导演的亲密合作，为一个世界观的契合挑战，宝塚风的男装丽人、中世纪风的贵族决斗、神展开、BL、百合、乱伦等，灵性和想象力结合梦幻创造出似懂非懂、半明半暗、恍然若有所悟的浪漫之美，《少女革命》当之无愧是动画的革命之作。1999 年的剧场版《思春期默示录》宣传语是“神的名字叫阿布拉克萨斯”，如果说 TV 把整个《少女革命》包裹进抽象的蛋壳，到结局稍微敲开一角，出现一道裂缝。那么，剧场版完完全全冲破了蛋壳，迸发出一个绚丽无比的世界，最后激动人心的赛车，冲破城堡到外面的世界那几幕把少革系列主旨升华淋漓至极。




La Fillette Revolutionnaire

魔卡少女樱

カードキャプターさくら

STAFF: ■原作：CLAMP ■导演：浅香守生■系列构成：大川七濑■人物设计：高桥久美子■道具卡牌设计：Mokonaapapa ■美术监督：针生胜文■摄影监督：白井久男■音响监督：三间雅文■音乐：根岸贵幸■效果：仓桥静男■构成：浦畑达彦■动画制作：MAD HOUSE

作品解说

故事讲述 10 岁的小樱一次打开了她父亲所藏的魔法书，把带有魔法的库洛牌放了出来，由此她不小心让库洛牌散失各处，她要把那些库洛牌全部找回来。库洛牌的守护兽可鲁贝洛斯给小樱一把封印之杖，任命她为“库洛魔法使”，并且陪同小樱一起找卡片。故事便是围绕小樱寻找和收服库洛牌的经历发展，李小狼在小樱找卡片之旅途中出场。小樱把库洛牌回收完之后，通过了月的考验，成为库洛牌的新主人。库洛的转世柊泽艾力欧出现了，引发了许多不可思议的事件，他其实是想帮助小樱把库洛牌转成樱牌，保护小樱和小狼他们，避免了库洛牌魔力消失的危机。



Point 1 童真情趣洋溢的《魔卡少女樱》，在童年记忆中的可爱

从童年到现在，还是能经常见到那个如樱花一样粉色，清爽的短发，忽闪忽闪的大眼睛，抱着橙黄色的小宠物，露出甜美可爱笑容的小女孩，她会出现在街头小摊卖的贴纸，给学生包课本的书皮，还有文具上的图案……从周边唤起的记忆沿到今天，对应了一部童真情趣洋溢的动漫《魔卡少女樱》。《魔卡少女》的中文多版本有不同翻译，有《库洛魔法使》《百变小樱》《百变小樱魔法卡》等，常把作品名缩写为“CCC”。漫画版于 1996 年开始连载在《好朋友》上，2000 年连载完毕。单行本全 12 卷 50 话。2001 年获得第 32 届“星云奖”，单行本现在累计发行突破了 1200 万套。



Point 2 NHK 动画史的一部国民经典名作，希望观众感到幸福活力

动画版于 1998 年 4 月～ 2000 年 3 月开始播放，全 70 集分成“库洛牌篇”46 集，“小樱牌”篇 24 集，是国民电视台 NHK 动画史的一部经典名作，《魔卡少女》信者把它当作 NHK 动画的最高杰作。跟《新世纪福音战士》、《口袋妖怪》并列为 90 年代后半期的代表动画。这部动画经由 NHK-BS 播映后，给 NHK-BS 台带来了不少收益。之后，在电视上重播数次整部。《百变小樱》的故事主题和情节是以女生为目标而创作，这是充满童话幻想的世界。CLAMP 接受采访说，希望收看《魔卡少女》的观众会感到幸福和活力。



Point 3 御宅族文化的影响，吸引不同族群人士，卖萌“元凶”动画

在日本，受御宅族文化影响，吸引了不少不同年龄层的读者，包括青年和中年，催生形形色色的同人。本作也被视为是现在动画萌系潮流的引领作，2002 年第一届日本萌战的初代萌王正是小樱。吸引的族群视角中已经“五毒齐全”，有萝莉、正太、同性爱、妹控、师生恋，等等，现在还有为数不少“大友”（喜欢低幼向动画的大龄观众）将本作打趣称为“元凶”动画。作品里的内容在不同受众看来有不同的解读，因此有着争议，比如说知世对小樱的喜欢，桃矢和雪兔的互相喜欢之类。还产生了百合中的“知世系角色”，桃矢和雪兔也有许多 BL 同人作。



灌篮高手

スラムダンク

STAFF：■原作：井上雄彦■导演：西泽信孝■制片人：岩本太郎、中村重喜、佐藤公宣、旗野义文■音乐：增田隆宣、BMF ■人物设计：佐藤正树■总作画监督：大西阳一■美术设计：坂本信人■制作：朝日电视台、东映动画

作品解说

红发的不良少年樱木花道暗恋同年级的赤木晴子，樱木花道原本毫无篮球基础，但没有多想就接受了晴子的邀请，加入湘北高中篮球队。然而，晴子喜欢的却是别人——很受女生欢迎的明星球员流川枫。樱木在练习和比赛当中发现了打篮球的乐趣，他的篮球才能也由此生根发芽。湘北篮球队有安西光义教练，建队的时候，队长是赤木刚宪，木暮公延则当副队长，樱木和他的死对头流川枫跟着加入，后卫宫城良田出院，在跟陵南高中的练习战后加入，三井寿于一场体育馆内的争斗后复归。他们开始了共同奋战高中篮球各比赛的青春。



Point 1 原意是大力扣篮，推动《周刊少年 JUMP》的招牌漫画之一

《灌篮高手》的英文原题目“SLAM DUNK”意思是“大力扣篮”，还有另外几个译名，台湾版叫《篮球飞人》，流入中国大陆的早期也叫《篮球飞人》，中国香港地区的译名叫《男儿当入樽》。井上雄彦在 1990 年到 1996 年连载于《周刊少年 JUMP》杂志上，当时跟《七龙珠》共同成为《周刊少年 JUMP》发行量跃居同类漫画杂志之首的原动力。它跟高桥阳一的《足球小将》、安达充的《棒球英豪》一起并列为日本运动漫画的顶峰。1993 年还在连载的时候，东映把它改编成 TV 动画版，一共 101 集和 SP 版 2 集，旁白是同时给木暮公延配音的田中秀幸。



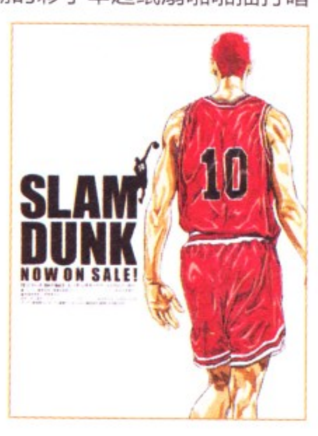
Point 2 一部纯粹又精彩的体育漫画，耳熟能详的动画片头主题曲

《灌篮高手》是一部纯粹又精彩的体育动画、漫画，它没有夸张的必杀技，没有骗戏的爱情纠葛狗血剧情。贯穿整部作品的，都只是训练、比赛、合作、汗水、奋斗、梦想……深受青少年观众的喜爱。电视动画版在日本播放后，台湾的中华电视公司（华视）取得播映权并进行了首播，随后中国电视公司通过朝日电视台的姐妹台关系取到播映权。中国大陆许多家庭的电视里响起“好想大声叫喜欢你”的片头曲旋律，早有许多中小学生放学回家坐在电视机面前，看到樱木花道腾空飞起灌篮，热血沸腾起来，就此沉入了动画中青春活力之梦里。



Point 3 个性鲜明，层次丰富的角色，在青少年中间的打篮球热潮

“哈哈哈，我真是个天才。”樱木花道看起来狂妄自大却又很可爱的笑容；“大笨蛋……”沉默寡言的流川枫散发冰冷的气场，路过樱木身旁吐槽一句；“教练，我想打篮球。”三井寿流着鼻血，泪流满面跪倒在安西教练面前；“唔吼吼……”被众人当成大猩猩的赤木 Q 版样子令人忍俊不禁；厚嘴唇卷发，看上去很潮的彩子举起纸扇啪啪抽打暗恋她的宫城；去各地方比赛都能看到三个女孩子组成的啦啦队大叫“流川枫，我爱你！”……大家喜爱那些人物，深为剧情吸引的同时，也掀起了打篮球的热潮，让人热血，相信梦想，感动坚持，度过青春……再问一句，“你，喜欢篮球吗？”






SHOHOKU
4
SHOHOKU
14
10
7

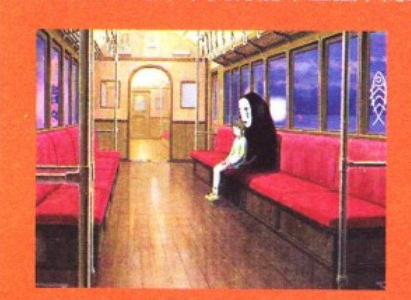
千与千寻

千と千尋の神隠し

STAFF：■制作总指挥：德间康快■原作、剧本、导演、分镜、人物设计：宫崎骏■制作人：铃木敏夫■制作工作室：吉卜力工作室■音乐、指挥、钢琴演奏：久石让■作画监督：安藤雅司、高坂希太郎、贺川爱■美术监督：武重洋二■导演助手：高桥敦史、宫地昌幸

作品解说

千寻是一个10岁的普通小学四年级学生，她随父母搬家来到一个陌生的城镇准备开始一个全新的生活。途中迷路，她和父母通过隧道误闯进入灵异小镇。千寻的父母没有经过同意乱动食物，狼吞虎咽变成了两头猪。千寻发现这个小镇渐渐地聚集了古怪的人，害怕的千寻只能逃跑。在汤婆婆的助手白龙的帮助下，为汤婆婆打工。作为代价，她的名字被汤婆婆改掉成为“千”。千寻从一个娇生惯养什么都不会的小女孩在工作中逐渐成长起来，变得能干坚强，而跟白龙也结下了深厚的情谊。为了救父母和报答对她曾伸出援手的白龙，千寻勇敢地面对几重难关，踏上冒险路程。



Point 1 《千与千寻》动画的制作契机，酒店工作的女人沟通技能

这部动画的制作契机，来自吉卜力制作人铃木敏夫的一个朋友的想法。那位朋友平常喜欢去酒店消遣，他认为在酒店工作的女人，就算是本性害羞也会为了工作不断提升接待男性客人的沟通能力，而前往酒店的男性客人也会跟女服务员的互动之下改变沟通方式。这给了宫崎骏灵感，正像《千与千寻》反映出来的那样，一个女孩子原本娇生惯养，过着衣食无忧的生活，去到完全陌生又奇异的世界里，为了生存跟不同的人来往互动，提高待人处事的能力。



←千寻在异世界辛苦劳作的当中认识了无脸人。

→动画开头，千寻的父母没有经过同意狂吃食物，变成了两头猪。

Point 2 极具日本风味的奇幻动画，冒险故事，英雄式的历险成长

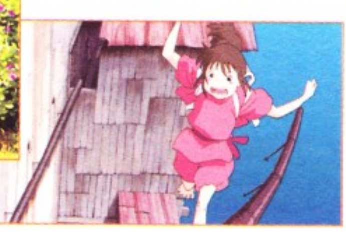
《千与千寻》是一部极具日本风味的奇幻动画，体现在五彩缤纷的“神隐之地”小镇，还有“油屋”中登场的形态各异的神灵，具有浓郁的日本传统宗教文化色彩。还有汤婆婆拿掉千寻的名字是日本古代的“言灵”信仰。突然出现的小镇，能乐响起，灯火摇曳，迷幻之间古老的气息剥掉身上带来的现代都市硬壳。宫崎骏精心描绘的冒险故事是一个英雄式的历险成长，千寻跟父母的分离，然后经历苦难的启蒙，接着回归。从那个父母不慎陷入欲望旋涡的小镇，以一颗纯真的童心和成长的觉悟回归到原本的世界，而那个千寻已经是成长过后的“英雄”，故事的模式正这样遵循了英雄冒险的标准道路。



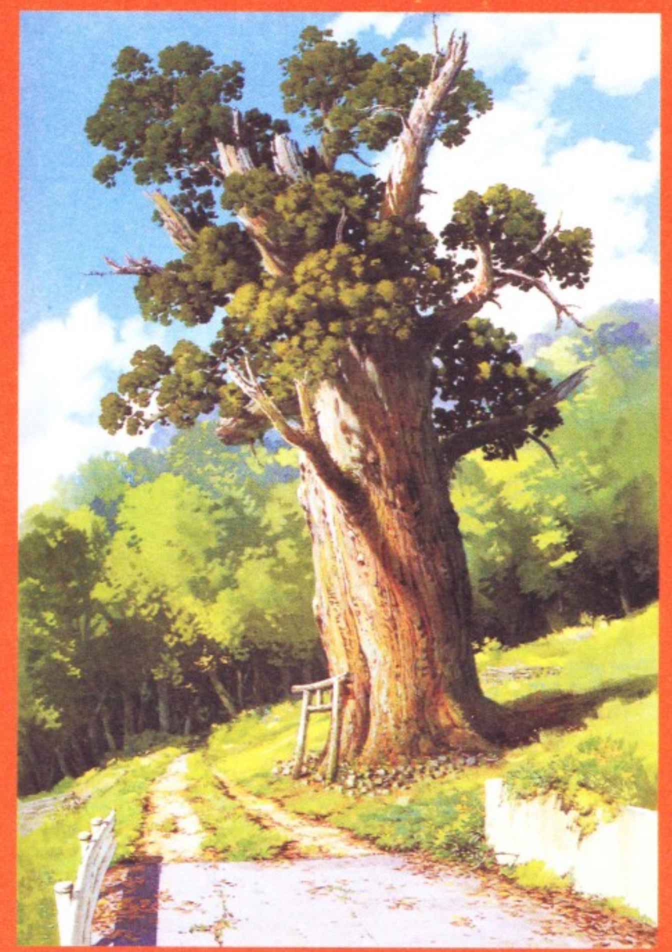
Point 3 日本本土和海外上映，获奖多次，刺激日本电影事业的发展

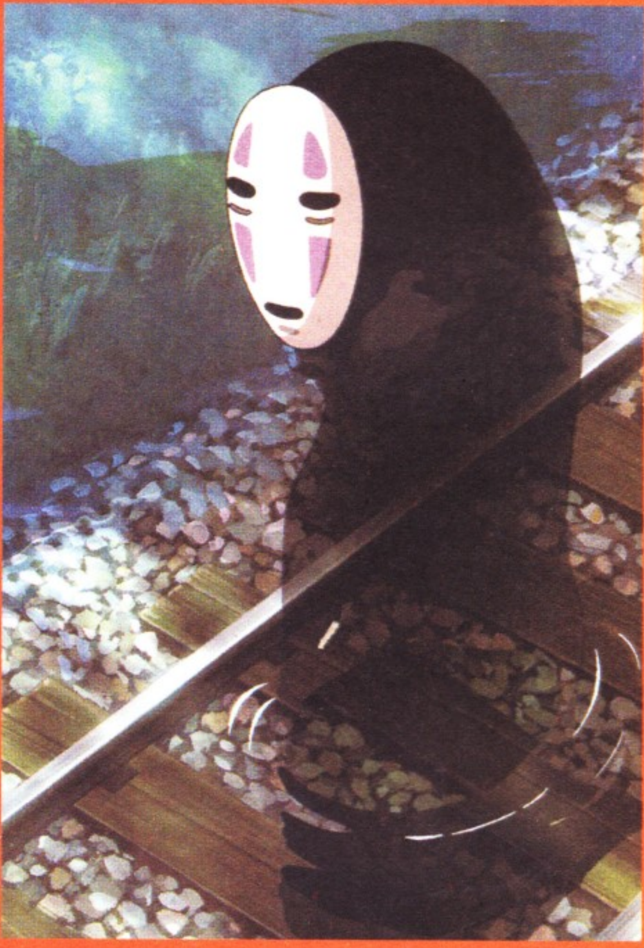
2001年，《千与千寻》日本上映后，又在香港、台湾等地区上映，第二年于美国上映。且在世界范围多次获奖，创下日本国内外空前的304亿日元票房，超越1997年曾经在日本上映的电影《泰坦尼克号》，《千与千寻》是日本史上票房最高的电影。这份卓越无比的成绩，刺激了日本电影事业的发展，注入新气象，足足增长了70%，泡沫经济以来的长期不景气终于出现曙光。制作者希望通过这部作品的社会推广，使无论是大人还是小孩看完能脸上绽开笑颜，找回属于他们的那份童真，让他们变得快乐。





→千寻经历了一番冒险渐渐成长起来。





AIR& CLANNAD & KANON

エアー＆クラナド＆カノン

STAFF: ■原作: Key / Visual Art's■导演: 石原立也■系列构成: 志茂文彦■人物原案: 樋上至■角色设计、总作画监督: 荒谷朋惠■美术监督、美术设定: 鵜之口穰二■色彩设计: 竹田明代■摄影监督: 中上龙太■音响监督: 鹤冈阳太■音乐: 折戸伸治、戸越马笼、麻枝准■动画制作: 京都动画

作品解说

三部动画改编自 KEY 社（下称 K 社）的同名美少女游戏，TV 版皆由京都动画制作。K 社是大阪一家成立于 1998 年的游戏制作公司，以制作一些感人的美少女游戏蜚声业界。从《KANON》开始，K 社的作品就吸引了大批的玩家，让大家对着不算精致的画面流下泪水。随后，K 社相继发售《AIR》和《CLANNAD》，点燃了秋叶原的热情。玩家们从《KANON》深陷 KEY 的坑，又因为《AIR》和《CLANNAD》再度刺激了泪腺。三部作品全都成为了“泣系”的经典，于是便有了玩家们相传的“催泪三部曲”。此外，也有人将 K 社另一部未被动画化的作品《ONE》与这三部作品合称为“催泪四部曲”。



Point 1 奇迹——冬之《KANON》，催泪三部曲的起点。

在 2002 年的时候，《KANON》第一次被东映制作成了 13 集的 TV 动画，但这次动画改编备受争议，特别在人设上饱受众多 K 社玩家的诟病。到了 2006 年，京都动画对《AIR》改编成功后，再次把这部动画改编成了 26 话的 TV 动画。这次的动画改编比前作优秀了不少，得到了广大的好评，完美地体现了 K 社作品“剧情充满幻想与温情”的特点，为之后的 K 社作品动画化打下很好的基础。而这种已经有了前作动画依然再次从头制作动画的做法，也为其他动画作品提供了新的可能性。在《KANON》之后，《钢之炼金术师》、《猎人 × 猎人》、《夜樱四重奏》等动画也陆续重新制作了剧情。



Point 2 坚强——夏之《AIR》，那首令人难忘的《鸟之诗》

2005 年，《AIR》的改编动画登上了该年度系列电视动画销售榜的第二位。这部动画无论是人物还是背景描绘都十分精良，并且借由复杂的人物关系呈现出了动情的剧情，体现了京都动画的制作实力。2006 年 11 月 22 日，《AIR》蓝光 DVD 作为日本发售的第一部蓝光动画，带领着日本动画正式走入了蓝光化的道路。此外，美妙的音乐也是构成《AIR》的重要部分，当观众沉浸剧情时，音乐发挥了最佳的效用。这部作品的音乐多次被同人音乐家和歌手重新制作或翻唱，其中《鸟之诗》《夏影》和《Farewellsong》最热门，多次在同人活动的展会上发售。其中《鸟之诗》因为是剧中男主国崎往人的角色歌，也被部分人称为 ACG 界的“国歌”。



Point 3 家族——春之《CLANNAD》，关于爱、梦想、青春和成长的故事

《CLANNAD》是继《AIR》之后让玩家翘首以盼了四年的 KEY 社新作，游戏原作剧本庞大，玩家又一次为之感动不已，这是一个关于爱、关于梦想、青春和成长的故事。正如这个爱尔兰同名乐队的名字一样，一个小镇的每个人因羁绊而聚集到一起，终于成为一个大家族……《CLANNAD》游戏在 2004 年日本全国美少女游戏销售量排行榜中取得了第一名的好成绩，玩家当中女性的比例难得地占到了 10%。这样一部作品改编成动画可谓是众望所归。从文字游戏到动画，京都动画制作将精致的画面、动听的音乐与细腻的情感融合到了一起，为观众们呈现出一个温柔感人的春之物语。







凉宫春日的忧郁

凉宫ハルヒの憂鬱

■原作、构成协力：谷川流■原作插图、角色原案：伊东杂音■导演：石原立也■系列演出：山本宽■超监督：凉宫春日■系列构成：凉宫春日和她的愉快伙伴们■人物设计、总作画监督：池田晶子■美术监督：田村正纪■色彩设计：石田奈央美■音响监督：鹤冈阳太■音乐：神前晓■动画制作：京都动画

作品解说

阿虚是本作男主人公的绰号，本名不详。虽然说是男主人公，其实就是以他的视角来叙述故事，大多数是吐槽。他是一个平凡的高中生，过着平淡无奇的生活。开学时班上的大家自我介绍，一个怪异的美少女突然发表声明："来自北高的凉宫春日。我对普通人没有兴趣，如果你们谁是宇宙人、未来人、超能力、异世界人的话，就来找我吧。"一下子吸引了阿虚的注意力。阿虚试着找机会跟凉宫春日搭话，熟识起来。凉宫春日讨厌日复一日的平庸生活，就拉着阿虚成立了一家社团——SOS团。



←每天热热闹闹度过学校生活的SOS团之五个人。

Point 1 系列小说第一卷《凉宫春日的忧郁》，动画播出的话题性

本作根据谷川流的轻小说原作《凉宫春日》系列改编，动画作品以系列小说第一卷《凉宫春日的忧郁》为标题。动画首先播出的是《朝比奈实玖瑠的冒险 Episode 00》，是剧中角色拍摄的电影，对未接触原作的观众而言可能只有看不懂的份儿了，时间轴的不规则使人更加无法理解，但正如此一来，倒是给本作动画刚刚播出成功制造了话题性。看下去才注意到《凉宫春日的忧郁》虽然把背景放在校园，却是不折不扣的科幻冒险故事，写作风格用了当时的流行语，深受日本青少年喜爱。



→SOS团围在凉宫春日身边的四个人，有三个是特殊的人物。

Point 2 创建SOS团，聚集宇宙人、未来人、超能力、异世界

觉得人生很无聊又精力过剩的凉宫春日受到阿虚启发创建SOS团，还实现了她开头说的那句宣言，宇宙人、未来人、超能力、异世界的四大势力代表纷纷聚拢到凉宫春日的身边。"信息统合思念体"长门有希，来自未来的调查员朝比奈实玖琉，超能力者古泉一树这些人，各显神通又具有丰富个性的角色，是动画的一大吸引力。凉宫希望的三种人到身边了，却是来监视她的，凉宫春日本身也是一个奇特的存在，是世界的中心，进化的可能性，时间的歪曲和神。



Point 3 伊东杂音插图到动画的还原，圣地巡礼，论文集，Web2.0

动画里忠实呈现原作插画伊东杂音的角色样子，京都动画高水平且稳定的作画让不管是原作爱好者还是新进观众感到和谐悦目。制作组还到西宫市跟大阪市取景并放入动画里，继续《幸运星》之后，爱好者们又开始了"圣地巡礼"的风潮，片尾曲《晴天好心情》引领世界各地学习SOS团舞的流行。小说获得了第8届Sneaker大奖，原作的SF元素运用结合故事内容吸引了许多观众深入研究本作，甚至还推出论文集《超解读凉宫春日》。动画在视频网站的YouTube分享成为动画Web2.0模式的先驱之一。





Code Geass 叛逆的鲁鲁修

コードギアス 反逆のルルーシュ

STAFF：■故事原案：大河内一楼、谷口吾朗■导演：谷口吾朗■副导演：村田和也■企画：内田健二、竹田菁滋■系列构成：大河内一楼■副系列构成：吉野弘幸■角色设计原案：CLAMP ■角色设计：木村贵宏■机械设计、概念设计：寺冈贤司■主要动画师：木村贵宏、千羽由利子、中田荣治、中谷诚一■音乐：中川幸太郎制作：SUNRISE

作品解说

皇历 2010 年 8 月 10 日，超级大国“不列颠帝国”为了夺取日本的地下资源，发动宣战布告，出兵征服了日本。不列颠帝国剥夺了日本的自由、权利甚至国名，把“日本”改称为“11 区”，“日本人”这个名词则被“11”这数字所取代，受到奴役和歧视。七年后，黑色皇子鲁鲁修位于生死边缘，遇到了 C.C.，并获得 C.C. 授予的强大力量“Geass”。Geass 可以强制让他人遵从自己的命令，鲁鲁修戴上假面，自称“ZERO”，创建“黑色骑士团”，立志要毁灭不列颠帝国，解放日本。还有他的青梅竹马白色骑士枢木朱雀，乘上第七世代人型机甲兰斯洛特，朱雀要从帝国内部进行改革，他们共同影响整个世界。



Point 1 CLAMP 的人设，豪华的声优阵容，基础的动画制作人员

本片第一季播出来的时候，大家注意到了 CLAMP 响亮名头的人设：极具特色的修长头身，美形又不失简约的风格；还有豪华声优阵容，当红男声优辣子鸡福山润和樱井孝宏的搭配，年轻女声优中坚得力军小清水亚美和名塚佳织，加上中流砥柱的大原沙耶香和折笠富美子、杉山纪彰，老牌前辈井上喜久子、中田让治、若本规夫，等等，那帮人一齐演活角色献声；基础的动画制作人员比如千羽由利子、中田荣治、木村贵宏倾注全力作画奉献精良的画面，和日升一贯擅长的紧凑剧情，大杂烩一样的设定。



→黑色皇子鲁鲁修和白色骑士，朱雀共同影响整个世界。

Point 2 市场的流行元素，校园和战争，满足各方人士，商业作品

本片有着市场流行的元素：科幻战争和政治话题、勾心斗角和尔虞我诈、校园和战争的双重世界观，以及各有萌点燃点黑点雷点的不同角色，全方位发球击打，满足各方人士，博得了高人气。有不同立场的人物，敌友关系的变化以及激烈的战斗，人物的每个行动紧扣着剧情冲突，都没有冷场。一个叛逆中二搅得天翻地覆的世界，只是为了妹妹的好。一路看下去，顺着日升的思路还是比较爽快的，好看并不意味着逻辑要有多么严密，剧情要有多么合理……好看是要让观众愉悦，是商业作品的根本出发点。



→尤菲后来的命运大大影响了鲁鲁修。

Point 3 《Code Geass》的获奖经历，影响到海外，有话题性也赚钱

《Code Geass》第一季 2006 年播出，第二季的《R2》在 2008 年播映。两季的作品获奖无数，有第 6 届东京动画大奖电视部门优秀作品奖，12、13 届动画神户奖电视部门作品奖，并获选为 2007 年第 11 届和 2008 年第 12 届日本文部省文化厅媒体艺术祭动画部门推荐的作品。还影响发展到海外，2010 年获得第 11 届法国巴黎动漫展最优秀原创动画奖。人物有一段时间排名月刊 Newtype 最受欢迎的动画人气榜第一，且蝉连好几次，男女角色人气榜前五强。话题和金钱盆满钵满。



→魔女 C.C 和卡莲站于鲁鲁修的两边。


ACG
大辞典
动画





秒速五厘米

秒速5センチメートル

STAFF：■导演、编剧、原作、分镜、演出、角色原案、美术监督、色彩设计、摄影、编集、3DCG Work、音响监督：新海诚■作画监督、角色设计：西村贵世■美术：丹治匠、马岛亮子■音乐：天门■配音演出：三矢雄二

作品解说

本作全片长约63分钟，结构上分成三个短篇故事：《樱花抄》《宇航员》《秒速五厘米》，三者合为一体。故事的背景是1990年代到2000年代的日本。男孩远野贵树小学的时候从长野县转学到东京，一年后跟同样转学来的静冈县女孩篠原明里认识了。他们成为好朋友，到六年级相约来年看樱花，但明里突然搬走了，没有见过一次面就靠书信往来。贵树即将跟家人搬到鹿儿岛，两人约定见面时间。却因为暴风雪打断，之后两人断了联系，都渐渐长大成人，各自过无交集的生活，又留着对彼此的一份思念。



→新海诚动画作品的主要特点：唯美精致的风光描绘

Point 1 新海诚的标签，第四作，日式影视元素，哀愁的气氛，配乐

新海诚，现在看到这名字第一反应会浮现怎样的标签在脑海里面呢？治愈、清新、纯爱、青春、感伤、纤细……新海诚从2002年公开独立制作动画短片《星之声》以来，一直受到关注，《秒速五厘米》是新海诚的第四作。他的作品风格通常给人的观感是细腻优美，新海诚把常见日式影视元素运用到二次元，取自实景赋予诗意，看惯的真实日常贴到他的画面里，焕发出耳目一新的别样光彩。《秒速五厘米》同样大量使用了实景，城市、球场、飞机航迹云、教室、信号灯、后视镜……烘托哀愁的气氛。配乐延续新海诚作品最大的特点，纯净、缓慢，基调悲切。



Point 2 日语中独特的词"物哀"，充斥独白的全片，时间和距离

日语中有一个独特的词，叫"物哀"，用比较接近的中文来说就是"睹物思情"。不难发现《秒速五厘米》始终笼罩着淡淡的哀伤情绪，用画面中的景物创造出一个模糊现实的唯美，透入幻想的哀伤，水乳交融般混合成一种纯粹的世界。充斥独白的全片让人物的情感于观众面前放大，使得观众能跟着主角心境起伏，体会到人物置身距离的遥远，对时间的无力感。新海诚把时间和距离里的两者关系用独白道来，像散文一样，结合画面呈现"物哀"的文学性。如樱花飘落般纯美又易逝的爱情，淹没在时间和距离里，显示物哀乃美好总与缺憾相伴。



Point 3 新海诚写同名小说，最集中风格和技巧的《秒速五厘米》

唯美又哀伤的《秒速五厘米》打动了广大观众，同时也给新海诚赢得莫大声誉。新海诚还撰写同名小说连载于综合文艺杂志《达芬奇》，影片外的文学又吸引读者，体会撇开画面的文字获得另一种体验。该小说的前篇及后篇故事算在一起共分为6话，日本于2007年11月16日出版单行本。《秒速五厘米》算是新海诚目前为止最集中风格和技巧的一部。也许这部作品的大成功曾经一时冲昏了新海诚的脑袋，他推出《追逐繁星的孩子》换了平时走的路线，并不受多数粉丝买账，痛定思痛，携《言叶之庭》回归，果然他还是像前面所说的"标签"为好，不为别的，那才是新海诚的立足之地。



化物语

化物語

STAFF: ■原作: 西尾维新《化物语》(讲谈社 BOX) ■企划: 夏目公一朗、入江祥雄■角色原案: VOFAN ■导演: 新房昭之■系列导演: 尾石达也■系列构成: 东富耶子、新房昭之■人物设计、总作画监督: 渡边明夫■视觉效果导演: 武内宣之■美术监督: 饭岛寿治■色彩设计: 泷泽泉■音乐: 神前晓■动画制作: SHAFT ■制作: Aniplex、讲谈社

作品解说

《化物语》故事背景在21世纪初的日本某个乡下小镇，讲述高中生阿良良木历怎样跟各色怪异的少女们相遇，并且解决一系列的怪奇事件。阿良良木虽然和战场原黑仪同班，但两年里却从未说过一句话。高三的一次文化祭准备，阿良良木无意中知道了战场原没有体重的秘密。战场原威胁阿良良木不准说出去，可阿良良木也有自己的秘密。他们接下来要遭遇各种稀奇古怪的问题，除了夺走战场原体重的重石蟹，有真宵的迷途蜗牛、受蛇切绳缠绕的抚子、持有猿猴之手的骏河等，跟怪人怪事打交道的同时，阿良良木也在跟战场原发展恋情。



←战场原黑仪和阿良良木历互动的一个画面。

Point 1 《物语》系列轻小说的第一弹，幻灯流和脑残体废话合作

《化物语》是西尾维新所著的《物语》系列轻小说第一弹，由讲谈社 BOX 刊行，插画作者是 VOFAN。2009年时 SHAFT 拿去改编成动画版，导演是“幻灯流”的新房昭之。西尾维新的原著是通篇轻快的脑残体语句，体现他的创作理念“用对话塑造人物”，如流水泛滥的“废话”文字要换成影像平台是不是就要大量流失了呢？新房昭之那种幻灯片一样的特殊风格，习惯在画面里用零散的字块捏他、和简单化的色块或者实景加工去配合西尾的文字演出。西尾式小说的野路子，新房流动画的野路子，两相皆野搭配起来意外和谐。



→渡边明夫的人设到新房昭之的动画中相当亮丽养目。

Point 2 物语系列最大的魅力是登场角色，洗脑曲《恋爱多一点》

小说和动画的风格都有所了解，物语系列最大的魅力当属那些角色。以男主角阿良良木穿针引线串出那些角色的魅力，战场原的毒舌爆言，柔弱萝莉千石抚子的萌感，羽川翼的高深莫测感，神原骏河跟战场原的百合情感以及对阿良良木的微妙互动……小说里就已经通过通篇对话来一字一句加深她们的萌了，放到动画里，有了声优的倾情演出更上一层楼。可以提一下花泽香菜演唱的抚子角色歌《恋爱多一点》成为火爆一时的洗脑循环曲，从中可见《化物语》有着一部分的中毒性。



→画面静态虽然比较多，但是角色够萌，吸引了很多阿宅。

Point 3 内涵片和不内涵片，小说狂销，是部角色重于故事的作品

最大的中毒性就是通过观毕全片从头到脚感染。说《化物语》是内涵片么，却又不算得多内涵，用普通的思考是跟不上新房的播字脚步和西尾的废话灌脑，碎碎念和多种元素吸引阿宅们抱映着战场原啦羽川啦的屏幕狂舔，《化物语》使得西尾的小说狂销，新房的幻灯还不算得讨厌吧，虽然后面的《伪物语》是有点腻味，不过《化物语》的时候还是很得意的。如今多种萌元素横行动画的现在，这是一部角色重于故事的作品，不客气地说，故事只是为了角色设定而存在，加上西尾个人喜好恣意地塞给看客，新房摆出来让人掏钱，不服不行。




ACG
大辞典
动画

魔法少女小圆

魔法少女まどか☆マギカ

STAFF: ■原作: Magica Quartet（新房昭之、虚渊玄、苍树梅、SHAFT）■企划: 夏目公一朗、孝寿尚志、峰岸卓生、Dejitaou、太布尚弘、久保田光俊、竹田青滋■导演: 新房昭之■人物原案: 苍树梅■人物设定: 岸田隆宏■总作画监督: 谷口淳一郎、高桥美香■异空间设定: 剧团狗咖喱■美术监制: 增山修■色彩设计: 日比野仁、泷泽泉■音响监督: 鹤冈阳太■音乐: 梶浦由记■动画制作: SHAFT

作品解说

就读市立见泷原中学二年级的少女鹿目圆，原本就在平凡地过着幸福的日子。她出身于良好家庭，亲朋好友都在身边，有喜怒哀乐，是谁都可以拥有的日常生活。直至一名神秘转学生晓美焰的出现，才让圆的命运发生了转折。一天放学时，圆和朋友在回家的路上，发现焰竟然手持武器，急冲冲地在猎杀名为丘比的不明生物，把它打得伤痕累累。一阵风波过后，丘比希望少女们和自己签订契约，成为“魔法少女”讨伐人类的敌人魔女。之后，随着真相渐渐揭露出来，小圆发现事情不是自己所想的那样，受到了很大的冲击。



Point 1 导演新房昭之，人设苍树梅，编剧虚渊玄，音乐梶浦由记

《魔法少女小圆》在播出前的酝酿宣传期间时，就打出了四个人的名号：导演新房昭之、角色原案苍树梅、剧本统筹虚渊玄、音乐梶浦由记。梶浦由记的音乐狂狷且不谈，另外那三个人，虚渊玄热衷猎奇，喜欢在剧本里狠虐角色和读者观众，早于先前的 Nitro 搞出了名堂，然后就是苍树梅以《向阳素描》为代表作，大家都知道她的画风就是圆滚滚的萌系萝莉，新房昭之动画的风格吐槽“幻灯片”实在吐到不能再吐了，总之领衔制作的人是看上去风格极端冲突的。“魔法少女”这个名字历数以往的类型动画都知道无非是萝莉们变变身，打打怪，然后实施爱与正义的故事主题，可爱又治愈，大家看得乐。



Point 2 黑暗奇幻味道，浓重的诡异气氛，打破魔法少女类动画常识

结果，“魔法少女”这个剧名第一印象会“儿童向”名字之下，观看时却是满满的黑暗奇幻的味道，随后一步步的剧本安排和浓重的诡异气氛之下，可以确定为这是一部打破魔法少女类动画既有常识的作品。苍树梅绘画的那些萝莉形态角色相比起动画里灰暗压抑的调子，是画风不太贴合背景的明快水彩风，还有剧团狗咖喱设计的魔女以及魔女居住的结界则营造出了让人置身噩梦一样的效果。魔法少女不是应该阳光向上、可爱漂亮吗？但在三话里，突然让其中一个主要角色死得凄惨，令人错愕，先入为主的观众被故事的布局玩弄，也开始欲罢不能，高度追看关心魔法少女们的命运。



Point 3 社交网络的《小圆》大讨论，成为社会现象，日本的力量

第 3 话的残忍场面吓哭了小朋友，引起巨大的轰动，各大网站和论坛还有微博推特等社交网络到处是讨论《魔法少女小圆》的热潮，第 3 话著名的“断头”梗犹如传染病一样给大家反复提及，2ch 讨论串的狂飙打破了《凉宫春日的忧郁》称霸五年的记录，本来魔法少女的故事是清新治愈来当招牌的，这个黑暗致郁的魔法少女则令人十分惊奇，热潮还扩散到平时不看动画的人群。《魔法少女小圆》成为一个社会现象，狂赚钱之外，还有拿下许多大奖、写进教材、放“小圆假日”、巡回开展会……有人不无夸张却又有点道理称《魔法少女小圆》是“动画的文化力量”“日本的力量”。





夏日大作战

サマーウォーズ

STAFF：■导演：细田守■剧本：奥寺佐渡子■人物设计：贞本义行■虚拟人物设计：冈崎能士■ OZ 设计：上条安里■色彩设计：镰田千贺子■动作作画监督：西田达三■美术监督：武重洋二■摄影监督：增元由纪大■音乐：松本晃彦■动画制作：MAD HOUSE

作品解说

男主角健二在读高中二年级，他性格内向，却很擅长数学科目，本来打算参加国际数学奥赛，却在日本代表资格赛落选。开始在大型虚拟网络游戏 OZ 担任低阶管理员。进入暑假，健二暗恋的学姐夏希要他陪同回老家祝贺祖母荣的 90 岁生日，并帮忙假扮成男朋友应付家人。假扮未婚夫的时候也了解到阵内一家的成员和历史。这时候，健二不小心中了高阶人工智能 Love Machine 黑客的计谋，解开 OZ 的数列密码。Love Machine 盗取健二的帐号破坏虚拟网络 OZ 的秩序，遂而影响到现实的社会，带来很大的麻烦和陷入混乱。健二跟阵内家联手，对抗 Love Machine，开始了紧张曲折的斗智斗勇夏日大战。



Point 1 在《穿越时空的少女》之后，细田守的故事发想，故事背景

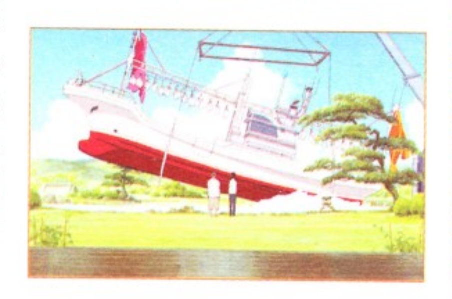
《穿越时空的少女》是细田守第一部完整长度的电影作品，2006 年上映后获得了商业上的成功，细田守就跟着 MAD HOUSE 策划下一部电影，他提出凉宫家庭背景截然不同的人物作为故事发想开头。细田守表示他身为独生子，父母很早的时候就逝世了，所以很向往《夏日大作战》那样的家庭，阵内一家也有灵感来自于自己和妻子的平时互动。细田守团队决定把故事里的阵内家设定在现实的长野县上田市，跟细田守的故乡富山市接近之外，阵内家的发展背景也设为取该地的战国时代武家真田氏。



→宅男健二陪伴学姐夏希回到老家一起度过暑假，认识学姐家中的人。

Point 2 去一家超市想到的灵感，网络与生活的联系，地球大家族

电影里占了重要地位的虚拟网络游戏 OZ，是细田守在东映动画任职的时候，去一家超市买东西所想到的灵感，概念上接近日本著名的社交网站 mixi，细田守则继续深化 OZ 说，也算是跟第二个人生（Second Life）概念。虚拟社区和真实世界之间要有多少联系呢，已经在科技突飞猛进的今天随时都可以提出来，成为新型的社交方式，逐渐占了人们生活的一部分，并且凸显替代传统的交流倾向。《夏日大作战》里的虚拟社区是跟传统大家族的对照。技术先进的虚拟社区平台上非科幻的情感和血缘纽带，突破数字构成的壁障，把家人团结到一起，又能顺理成章让一个家族联系上外面的世界，成为一个"地球大家族"。



Point 3 情感元素，科幻元素，人类面临毁灭的问题，轻松天真视角

《夏日大作战》把情感元素和科幻元素很好地融合，让一家人和全世界友好的人们齐心协力打倒共同的强敌。延续百年的大家庭协助健二进入最终决战时，我们可以看到交错的亲情、友情、爱情，联接起来的信任、理念，从虚拟社区到真实交流，积极乐观和团结友爱从中表现出来虽然简单却动人。电脑病毒的肆虐波及现实的灾难其实还是拉人类面临毁灭的问题，不过还是以本片的轻松天真视角，热血还有幽默熔于一炉。用日本传统的游戏花札来决战，电玩战斗的华丽形式把观众的情绪调到了沸点。《夏日大作战》的表现，是日本动画中成功平衡科幻小说特点与家庭永恒价值的极佳例子。



我的妹妹不可能那么可爱！

俺の妹がこんなに可愛いわけがない

STAFF：■原作：伏见司■导演：神戸洋行■系列构成：仓田英之■人物设计：织田广之■总作画监督：石田可奈、川上哲也■道具设计：石本刚启■美术设定：泉宽、石本刚启■美术监督：卫藤功二、冈本好司■摄影监督：今泉秀树■音响监督：本山哲■音乐：神前晓■动画制作：AIC Build

作品解说

高坂家的两兄妹——京介和桐乃自从小学毕业后就互相不理睬，长年处于冷战的状态。京介非常普通，没有什么长处，桐乃跟哥哥完全相反，容貌出众、学习优秀、运动万能。京介总是受妹妹桐乃的藐视，虽然感到莫名其妙却也不会主动去改善他们的关系。有一天跟妹妹相撞，发现其掉落在地上的“梅露露”DVD 盒，装的却是十八禁的美少女游戏。得知桐乃的御宅族兴趣和一般人不一样之后，他非但没有歧视，还采取包容的态度，答应帮她看管这些收藏品，接受妹妹的“人生咨询”，被妹妹强迫一起玩十八禁游戏。渐渐了解如何跟妹妹相处，然后发现自己的妹控，桐乃是一贯兄控。



Point 1 近年来最具有影响力的轻小说改编动画之一，玩长标题

《我的妹妹不可能那么可爱！》是近年来最具有影响力的轻小说改编动画之一，也可以列为主流的日常系轻小说代表作之一。它的标题虽然不是第一个玩长标题，但它的走红也带动了从轻小说到一些动画的标题越来越长的风气。第一卷的封面是桐乃盛气凌人抱胸站着，而京介在后面探头探脑，特色鲜明的构图方式，一图完完全全地说明了他们的关系，端起架子爱蹭得累的妹妹跟普通平凡又桃花运爆棚的哥哥。这张图有一段时间爆发变成诸多同人的戏仿之作，画出了很多版本。从这一点上来讲《俺妹》的人气正在迅速扩散吧。



Point 2 《俺妹》的几个成功要因，二次元宅的捏他，萌系的多元素

伏见司的轻小说因为《俺妹》动画的火爆勾引了观众阿宅抱起一本本回家逐字逐句啃下去，然后转身到网上噼啪打字表达支持某个女性角色成为京介的恋人，动画还在播放，他们已经迫不及待要超出动画之前寻找京介和某个女生的感情可能性。《俺妹》的成功不光是用了许多二次元宅的捏他，第一步对准了宅们的亲切感，萌向的元素在书里的文字见缝插针，不过最关键的还是妹控。故意模糊伦理，一网打尽各种类型的女性角色，伏见司的文字把那些角色塑造得相当成功。所以，《俺妹》的阴谋——后宫党争就这样把握妹控作品的粘着度。



Point 3 动画和小说的同步观看，后宫女性角色的党争，开放性结局

党争的时候，读者一边看动画一边看小说，买股入股，还有被套牢的。随着人物关系格局的变化，站队忙得不亦乐乎。为桐乃、土妹子、绫濑、黑猫这些主要的角色争吵不休，从弹幕斗到贴吧，又到论坛大战三百回合……可以说党争是看《俺妹》的最大乐趣吧。《俺妹》的原作小说写到 12 卷完结，伏见司就在最后几卷里玩那些角色好几手，表白后交往被甩，表白搞一段回忆杀被发卡，伏见司借着京介狠狠地虐了读者们喜欢的角色，最后玩了一把开放性结局，一家欢喜一家愁，一家撒花一家烧书。《俺妹》就是这么让人欲罢不能唾沫乱飞的后宫作品。





Encyclopedia of ACG

第三章 周边

周边产品虽容易被人忽略，却一直陪伴在我们左右

周边，一个囊括范围非常广泛的概念，日用百货、床上用品、交通工具……甚至连主题公园都可以被被称作《周边》——一部商业作品的衍生商品，均可被归入周边的范畴。本章将为您详细介绍 ACG 周边的诞生和发展，并带您一同观赏各式各样的有趣周边。

简述／日本的周边／日本周边的分类与鉴赏

Anime Goods

PROFILE

ACG 周边

除了 Figure、模型、人偶外，日本 ACG 作品不断推出形形色色的周边商品，囊括了衣食住行等几乎所有生活必需品。



周边是什么？

周边，一个囊括范围非常广泛的概念，玩具、文具、汽车、轮船，甚至主题公园都可以被归入周边一类——可以说，一部商业化作品的衍生商品，均可称作这部作品的周边。



周边的分类

周边涵盖的范围极广，想要轻易地给它划分类别也不是十分容易。因此，本书根据周边的实用性将其分成了两个种类：硬周边和软周边。

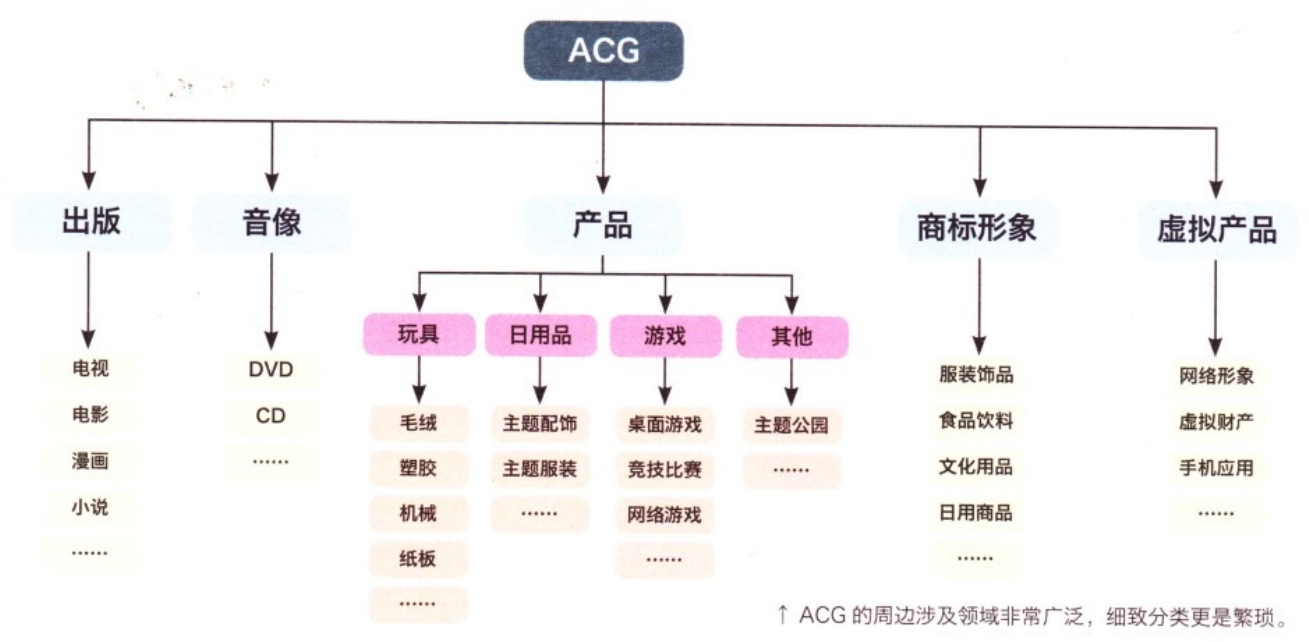
硬周边

只要在产品中加入了某部 ACG 作品的要素，就可将其归入周边产品之列。其中扭蛋、手办、可动人型、模型等没有实际用途，纯粹用来收藏、观赏，这类商品就被称为 Core Hobby，即所谓的硬周边产品。相对于软周边，这类商品品种要少一些，生产周期较长，价格也相对较高。硬周边的销售对作品核心 fans 的依赖度非常高，如果某部作品的 fans 群庞大，那么一个做工一般的手办也可能造成众人难求的情况；相对地，如果某作品的受众过少，就算周边做得再出色，也可能无法获得喜人的销量，这也是许多冷门作品无法推出过多周边的本质原因。

硬周边中，用来欣赏的手办、人形、模型是最为常见的物品。它们在 ACG 周边市场中占据着非常重要的部分，因此本书开辟了专门一章来为您详细介绍，这里不再赘述。

1. 人形类

这类周边包括手办、兵人、球形关节人偶等。它们按比例还原了动漫作品中的各种人气角色，其中做工精致的产品具有很高的升值空间，是御宅族们的最爱。



↑ ACG 的周边涉及领域非常广泛，细致分类更是繁琐。

2. 模型

模型的最大卖点是能够自行拼装上色。日本最大的模型生产商 BANDAI 公司靠着这些大小各异、五花八门的模型玩具，开拓了一个宇宙般广阔的市场。

3. 盒蛋、扭蛋、食玩

这类产品的做工相对比较简单，依靠低廉的价格和繁多的品种霸占着中低端硬周边的市场。加之近年来制造技术的更新换代，这类商品的品相也越来越好，因而受到不少 ACG 爱好者的追捧。

4. 图书音像类

一部作品很难仅靠一季动画或者间断性更新的连载维持人气，为了保持作品不被读者遗忘，动漫产业在日臻成熟的过程中，形成了一个非常完美的衍生商品市场。官方经常会在发售作品的书籍、影像光盘的同时，制作一些衍生的产品，比如原创的广播剧 CD、将动画设定收集在一起编纂的官方设定集等。现在大多数的商业作品都曾推出过原创小说，这些小说以原作世界观为基础，创作出一部新的故事，在填补原作设定上空缺的同时，也向市场提供了新的商品。



←海贼王众多研究书中最受欢迎的一个系列，至今已经发售了四卷，并多次再版。

此外，一些出版社并没有动画原作相关的资源，但是又不愿错失在 ACG 产业中分一杯羹的机会。于是他们找来深谙某部热门作品的作者，根据作品内容撰写分析文章，编纂成研究书出版。近年来这些研究类书籍火爆席卷了日本的 ACG 图书市场，一些内容优秀的作品甚至多次再版。

5. 集换式卡牌

在日本，集换式卡牌（Trading Card）具有很广阔的市场。其中既有类似游戏王这种发源于一部漫画作品，最后却成为系列商品主要盈利项目的品牌；也有类似球星卡、单纯以收集交换为卖点的产品。而在欧美，集换卡牌的市场由以万智牌为首的原创卡牌游戏占了主导地位，至今为止比较著名的周边类集换卡也就是魔兽世界的卡牌了。

软周边

除去那些纯粹为了“爱”贩售的硬周边，市场上剩下的商品基本都属于 Light Hobby，即软周边产品了。印上某部动漫形象的、具有一定实用性的商品，如文具、服饰、钥扣、手机链等均可归入软周边范畴。这类商品一般价格便宜，购买人群也广泛得多，很多人只是为了它的实用功能而购买，上面的二次元形象只纯粹是为了好看而已。这些商品既可以活用于日常生活之中，也相当于作品的免费广告，是一个重要的宣传方式。

1. 软周边的经营模式

正如上文所说，硬周边的销售非常依赖于受众，局限性很大且无法拓展市场。而软周边虽然受众广，却只能靠薄利多销赚取利润。因此若作

Annotation
名 词 注 释

游戏王的世界：《游戏王》最初是一部以各种类型游戏为主题的少年漫画，卡牌游戏只是其中一部分。然而随着 KONAMI 公司将卡牌游戏部分实体化并推向市场，本应作为周边经营的卡牌销售，反而成为盈利最大的部分，如今爱好打牌却没看过原作的玩家也不在少数。

品在整个社会上知名度不高，那么它的周边生产还是会以面向核心粉丝群为主。当然，如果作品主题足够大众化，其中又有一个足以让人为之倾心的吉祥物，那么不断推出相关软周边，靠着薄利多销也可以盆满钵盈。最近也有不少作品靠着可爱的吉祥物拓展市场，比如《夏目友人帐》《动物之森》等，此外集英社新贵《暗杀教室》也明显打算用杀老师五颜六色的周边打个漂亮仗。



↑五颜六色的杀老师周边。

2. 世界级的软周边

细数这个周边市场就会发现，大多数“世界级”的作品都是靠着推销软周边来获得盈利的，欧美动画产业巨头迪士尼就是最好的例子。20世纪初，靠着动画电影这一新兴产业白手起家的迪士尼公司，现已成为横跨动画、电影、餐饮、服装等多个领域的大型娱乐企业。即使是平素不接触动画的人群，也一定知道“米老鼠”、“唐老鸭”这些著名的卡通形象，有些人甚至会在不经意间购买迪士尼品牌的服装、箱包等日常用品。迪士尼乐园更是软周边中的一个巅峰产品，就算一个人并非自幼看着迪士尼的动画成长，他也一定知道这个在全世界都拥有“据点”的迪士尼乐园。不少人带着不以为意的心态去迪士尼乐园参观，结束一天的游乐后已然成为了迪士尼的fans——迪士尼乐园就是有这样魔法般的魅力。接着，受到迪士尼乐园影响的游客会出于好奇，开始寻找迪士尼的作品观看，并将这些作品推广给朋友、同事，甚至自己的孩子……迪士尼在世界中不断地扩散自己的魅力，保持着广阔的fans群体。

而在日本，类似迪士尼的营销模式也为不少品牌创出了业绩。比如《口袋妖怪》这个最初以游戏发家的作品，也靠一只可爱的皮卡丘俘获了整个世界。仅皮卡丘的软周边产品就已数不胜数，何况《口袋》系列中的萌物是以成百计数的呢？自1997年以来，口袋系列的周边就常年霸占日本周边销量榜的前五，可谓日本软周边产业的一个巨头。

3. 逆袭的二次元

此外，软周边中还有一种非常特殊的品种，这就是植入广告衍生的周边。有时候，由于作者的



←三鹰之森吉卜力美术馆外，巨大的龙猫正在窗边迎接客人的到来。

爱好或者双方的战略合作，一些作品中会出现某些实际存在的品牌。在ACG作品受到欢迎后，这些本就存在的商品也化作一种周边。比如《命运石之门》动画大热后，其中男女主角爱好的饮料Dr Pepper也受到fans群们的欢迎，成为了中二病群体一个争相尝试的饮料；而《K-on》中平泽唯的吉他也为Gibson做足了广告，本作不仅在爱好者间掀起学习乐器的风潮，同时也促进了Gibson在初学者中的知名度，虽然这个家喻户晓的品牌大概不在乎这点广告。



周边的特点

在国外，人们大多称周边类商品为“Hobby”。这个词更精确地表现出了周边本身的定义：出于兴趣爱好而购买的某作品的相关产品。在动画产业大国日本，最大的网络零售商Amazon（亚马逊）的商品分类中，“Hobby”是被单独列出来的。由此可见，随着ACG产业的不断扩大，周边市场已变得非常广大而繁杂，甚至形成了一套独特的营销体系。虽然我们有时会将高达模型、PVC人型、盒蛋等周边统称为玩具，但是它们确实又和玩具类商品有着微妙区别，具有自己与众不同的特点。

周边必须依附于某部作品。

一部商业作品拓展周边市场的初衷，就是通过贩卖印有作品版权绘的商品，再次利用作品的无形价值，创造更多的盈利。而玩具更多重视的是可玩性和原创性，比起在商品上印上某部作品的标志，印上自己品牌的吉祥物的收益要更多。如果一位顾客只是爱好拼装模型，那么不论是高达还是潜艇模型，他都会对其投注相同的热情。但是，高达模型玩家在挑选商品时，毫无疑问会最先考虑自己喜欢的机体的模型，而不是Valkyrie（超时空要塞中的战斗机）或者变形金刚。这就是由于当模型依附于“高达”这个热门品牌时，无形中获得了“模型”以外的价值。

周边生产的最终目的是为了原作的商业盈利最大化。

我们经常会注意到，某部作品在社会上引起大轰动后，官方在某段时间会飞速推出无数种产品，而这些周边上常会印有同样的版权绘。比如最近大热的《进击的巨人》的周边，就非常明显地体现出这个现象。一套蚊香眼的图片被不断印制在钥匙链、毛巾、眼镜布、别针……无数种类的商品之上，直到最后连买家的审美都疲劳了。这样做虽然会使顾客觉得“没有诚意”，但此现象也可以说是商业化的必然趋势：商家找上蚊香眼的作者绘制一套图并支付了稿费，之后就要尽可能增加收益，得到低支出高回报的最好效果。另外，对于已经了解《进击的巨人》这部作品的人来说，总是在市场上看到一套图固然厌烦，但是这种“洗脑”般的营销策略也可以使不清楚作品的人对作品产生兴趣，推出商品的同时也为原作打了广告，无形中扩增了作品的读者群。

周边的购买群众更多是参加工作的成年人。

当然，从小开始购买模型或者PVC人形的孩子也有不少；诸如《口袋妖怪》《光之美少女》等儿童向大人气作品，也靠着不断推出面向低龄以及非核心人群的软周边产品盈利。

除了这些靠薄利多销经营模式占领市场的商品外，周边商品主要就以价格昂贵且实用性低的“硬周边”为主了。毋庸置疑的是，这些商品由于性质所限而面向成人群体贩卖。毕竟一个动辄5000日元的PVC人形并不是学生能够承受的，就更不用说上万日元的球形关节人偶了。这些可以被列为“奢侈品”范畴的周边商品，是无收入群体所无法承受的。

日本周边产业

日本，被人们称为二次元的圣地，是世界ACG文化最为繁盛的国度。这里拥有丰富的ACG周边产品，不仅给爱好者们带来多种选择，也成为ACG产业重要的利润来源。



妙手回春周边业

现今我们经常将漫画（Comic）、漫画（Anime）和游戏（Game）综合在一起，将它们称为动漫游（ACG）产业。有时，这三种产品本身的销售并不能大量获利，公司反而要靠着后续的周边贩卖获利。在日本这种现象尤其明显，即使一部作品的 DVD/BD 光碟卖得不尽如人意，赞助商仍能靠周边的贩卖赚钱。

吉卜力名作《龙猫》经历的传奇故事，就是这一现象最好的案例。这部作品在 1988 年春季与《萤火虫之墓》一同上映。由于两部作品最开始均为中篇动画，而那个时代的电影院并不接受中篇动画的单独放映，德间书店社长德间康快费劲浑身解数才总算为它们敲定了院线。然而本作的厄运并未到此为止，由于上映日期定为 4 月中旬，已然错过了年初的旺季，却也未能赶上暑假。在淡季匆忙上映的这两部作品，自然也不会受到太多人的关注，两作的总观影人数仅有 80 万人次，票房为 5.9 亿日圆。不仅收益远远低于预期，甚至还要低于工作室前两部动画电影的票房（《风之谷》7.9亿日圆《天空之城》5.8 亿日圆）。虽然此后《龙猫》受到了世界各地的一致好评，并且在诸多电影节上夺得各种动画大奖，但是毕竟奖杯和口碑不能转化为商业利益。吉卜力无法回收投入动画制作的资金，这对一个刚刚成立不久的小工作室来说，无疑是非常致命的打击。

然而就连吉卜力自己也没有想到，动画中毛茸茸、胖墩墩的龙猫形象，竟然在周边市场受到了极大的欢迎。仅仅电影放映前制作的宣传用毛绒玩偶，就在日本全国上下卖掉了 66 万 7 千只之多。在 1990 年发售录像带时，吉卜力为回馈观众举办了龙猫毛绒玩具抽选活动，令人意料不及的是，参与活动的回函信居然多达 200 万份。电影上映仅过三年，龙猫玩具已在日本国内创下了非常可观的销量，其中大号的玩偶卖出了约 100 万个、中号玩偶和其他各种相关周边也总共销售了 110 万个之多。吉卜力为了感谢龙猫为自己带来的这份意料之外的惊喜，还将工作室的标志定为圆滚滚的龙猫形象。



←吉卜力的代表标志上，就画有龙猫的图案。

←大小各异的龙猫玩偶销量极佳，不少购买者甚至根本没看过《龙猫》这部动画电影。



日本周边的独特魅力

日本的二次元产业不仅颇具规模，而且经过几十年的经营已变得十分成熟。其中周边商品市场也具有许多与世界其他地区不同的特点，比如产品种类多、限定商品多、获得途径多、流程分工明确、联动性强等。



↑手游的市场日益壮大，许多著名作品都开设了类似的卡牌游戏。

样式多种多样

即使是在世界范围内，日本周边的多样性也是非常少有的。为对应激烈的市场竞争，厂商想方设法地制造新产品，为刺激消费者的购买欲而无所不用其极。随着近年来新型周边的兴起，现在日本的周边大致可以分为传统和新型两种类型。

1. 传统周边

传统周边是周边市场的重中之重。经过几十年优胜劣汰的竞争之后，能够在市场上占有一席之地的传统周边无疑是最为保险的商品。大到模型手办、小到钥匙扣钱包，不论是观赏还是使用，周边占据着人们生活的每个角落。

不过，由于产品类型越发匮乏，传统周边也逐渐走入一个瓶颈。比如近年来颇受欢迎的橡胶挂链，它们普遍做工精致、样式众多、价格相对便宜且易于清理，在最初推向市场时受到了普遍的欢迎。然而由于近年来以寿屋和 COSPA 为首的厂商大量生产不同作品的橡胶挂链，此类商品的市场已趋近于饱和。毕竟不论是钥匙链、手机链还是手机防尘塞，都不是需要经常更换的物品；加上短时期内类似商品推出过多，顾客逐渐对橡胶挂饰感到厌倦，更想获得新种类的商品。



← COSPA 出品的新种类橡胶挂链，既可以做手机链也可以做防尘塞使用。

2. 新型周边

传统周边必须要推出实体商品，制作、物流、贩卖等诸多流程中都要承受未知的风险，因此近两年不少日本厂商愈发青睐新类型的周边产品。其中最为著名的就是依附于智能手机平台的手机卡牌游戏。近几年来，随着智能手机 APP 市场的逐渐完善，

许多作品都推出了架设于智能手机平台的卡片收集游戏。玩家可以靠玩游戏获得“印”有原作版权绘的虚拟卡片，稀有度更高的高级卡片甚至需要玩家花钱购买，这种游戏在日本又被称作“课金”游戏。虽然获得的只是虚拟图片，却仍有不少玩家为了得到自己心仪的稀有卡片，对“课金”趋之若鹜。几乎不需要投入过多资金就能开发一款课金游戏，这种周边的利润是非常可观的。

限定商品多

全世界最喜欢限定商品的，大概就是日本人了。ACG 周边自然也不例外，只要某商品在推广时标上“限定版”式样，就会有大量爱好者趋之若鹜；如果官方介绍文字中还有诸如“限定 5000 份”这样的注释的话，那商品被抢空的可能性就更大了。

Vocaloid 系列就经常推出各种限定版商品，其中最著名的要数与札幌冰雪节合作推出的“雪初音”系列。良笑社每年贩售的雪初音粘土在售罄后都会被炒上很高的价格，相关的贴纸、文件夹等实用周边更是数不胜数。

除了限量发行的周边外，日本还有一种独特的周边销售形势，叫做“应募”。应募商品实质上也是一种变相的限定版，不过获得的流程要更加繁琐。比如著名的少年周刊漫画杂志《周刊少年 Jump》就经常举行应募活动，读者在购买本刊杂志后，可以填写杂志中附带的应募券，并把购买周边的现金一起寄回 Jump 编辑部，这样就可以获得应募限定的周边了。这类周边虽然获得难度不大，却因为有时间限制且流程繁琐，经常会被读者错过。此外，应募周边的购买方式也注定其产量不会很大，这也增加了它的价值。

此外，官方有时还会为了回馈读者进行“抽选”，也就是所谓的抽奖活动。抽选的周边一般都颇具珍藏价值，比如《暗杀教室》抽选的杀老师全日本只有 56 个，如果不是特别幸运的话怕是无法奢求的吧。

Annotation
名 词 注 释

考验运气的一番赏：一些周边厂商常会搞“一番赏”活动，商品包含从手办到钥匙链等价值不同的周边。顾客就像购买彩票一样选择一个号码，即可获得与此号码对应的周边。一番赏是一个很考验运气的贩售方式，却因其趣味性被人们津津乐道。







←除了著名的粘土人外，雪初音还出现在其它地方。

获得途径多种多样

除了刚才提到的那些限定产品之外，日本大部分的周边都非常容易购买。不论是在秋叶原的店头，还是亚马逊网站，都能搜索到大量的周边产品，甚至便利店里也可以买到卡牌之类的小型周边。即使身处海外，也能依靠 amiami 等著名日本周边代购网购买到需要的商品。即便手办这类娇贵的产品，也能靠着便捷安全的空运毫发无损地运送到地球另一边的顾客手中。可以说，日本周边市场已经不仅仅局限于日本本国之内，而是面对整个世界敞开。

流程分工明确

欧美迪士尼一手包办从动画形象设计到商品贩卖的全线流程，而日本周边的生产贩卖则选择了另一条合作道路。

首先，拥有作品版权的出版社/动画制作协会，会将出品相关周边的版权授予制造厂商。接下来，厂商会将版权方提供的版权绘制作成相关商品，再委托贩卖商贩售。最后，周边商品会来到零售商的手中，在店头或者网络上贩卖。这种层次分明的销售方式可以避免许多不必要的争端，多方获利也避免了过于集中的垄断，使市场良性发展。

联动性强

在日本，周边产品的发售有时候还会拉动原作销量的增长。比如今年的大热作品《进击的巨人》，我们都知道本作在动画化之后，漫画销量得到了大幅度的增长。然而实际上不仅动画，就连动画的 OP 和 ED 曲 CD、官方同人漫画《进击中学校》等商品发售的时候，漫画原作的销量也会短时间暴增。对原作贩卖的联动影响，也是周边产业不可忽视的一个重要作用。



↑ EVA 的一番赏，从 A 到 E 赏都是手办，可以说相当实惠。



↑《进击的巨人》OP 曲《红莲的弓矢》在大卖的同时也拉动了原作漫画的销量。

Annotation
名 词 注 释

灰色夹缝中的同人周边：同人作者有时也会制作一些周边，比如钥匙链、别针等，并在 comiket 或者网络等途径上贩卖。虽然日本版权方均默认同人商品的存在，但是类似物品的贩卖实际上并不是完全合法的。随着官方对版权的要求越来越严格，或许有一天，我们会失去这些精致的同人周边。

日本周边的分类与鉴赏

衣

官方授权 Cosplay 服装

穿上的二次元人物的衣服，带上色彩斑斓的假发，把那些屏幕对面世界的角色带来现实世界，这就是 Cosplay。在进行 Cosplay 活动时，衣服是必不可少的，这就发展出了 Cosplay 服装产业。

Point 1 以 Cosplay 服装专卖起家 日本周边商品霸主 COSPA

COSPA，一家以生产 Cosplay 服装起家的股份公司。1998 年本公司正式将社名定义为 COntents COmmunication Service PArtner 的缩写，并明确了以服务交流活动为主的经营策略。COSPA 成立之初，日本尚无其他主营 Cosplay 服饰的公司，大部分 Cosplayer 的服装都是自行 DIY 的。COSPA 生产的服装得到了官方的正式授权，不仅完全还原原作设计，还搭配了个人不好处理的徽章等饰物。优势显著的 COSPA 飞速占领了这片尚未开发的处女地，并不断扩展营业项目。现在，COSPA 公司不仅出品官方授权的 Cosplay 服饰，还在宅 T、小饰品等诸多领域活跃着，已然成为日本最大的 ACG 周边厂商之一。



←制作 Cosplay 服装白手起家的 COSPA，现已将营业范围扩展到整个周边市场。

Point 2 便利的使用与高昂的价格 伴随官方授权而来的劣势

由于需向官方申请版权，官方出品的 Cosplay 服装在价格上自然要比玩家自制的高出很多。动辄上万日元的服装对于一般玩家来说也不是一笔小数目了，因此不少玩家还是会选择自行制作来降低成本。在加上量产的 Cos 服装还有一个很大的问题——号码不合，有些客人在购买了量产服装后还得拿回家按照自己的体型修改一番，才能够正式使用。鉴于这个状况，不少 Cosplay 服装商展开了面向单个顾客的服务，完全按照顾客的体型制作服装。当然，通过这项服务买到的衣服，价格也会更高。手工费低廉的国内自然不用说，即使在日本，coser 们的首选还是自制。





←↑一些自制无法完全还原的细节，正是 COSPA 等官方授权贩卖的 Cosplay 服装的优势。

Point 3 会场廉价版 VS 古朴精制版 分工详细的不同品牌

在经营 Cosplay 服装过程中，随着服装款式不断增多，仅仅是 COSPA 的 cos 部门也分裂出多个系列单独运营。其中最为经典的是 COSPATIO 部门，主要以经营传统 cosplay 服装和配件为主，细节完全还原、做工精致，不过价格也在 2 万日元以上。而 TRAn TRIp 部门，则是由于 COSPATIO 的产品比较昂贵而开发的低端品牌，主要贩卖的是面向活动使用的简易服装，价格基本在一万日元上下。这样 COSPA 在低端和中高端 Cos 服装市场都占有一席之地，受到普遍的好评。



←擅长制作各种制服的高端 COSPATIO 部门，以及面向中低端市场的 TRAn TRIp 部门。

Point 4 中国廉价服装的冲击 COSPA 面临的最大难题

随着跨国贸易越来越繁盛，日本的 Cosplay 成衣行业也受到了冲击——冲击的来源就是中国大陆。相比日本，国内的手工费和材料费都要廉价许多，裁缝的工艺也普遍不差，再加上不需要原作的版权，国内输出的 Cos 成衣比起 COSPA 等厂家量产的廉价版衣服还要便宜。现在许多日本 Coser 都会通过雅虎、乐天等网站购买中国产的 Cos 服装。因此，老本行受到冲击的 COSPA，开始利用各种版权方的人脉，开拓崭新的市场……





←↑除了 Cosplay 服装外，COSPA 也会贩售一些 Cos 活动中必要的小配件。







衣

日常服饰

Cos 活动虽然可以体验二次元角色“上身”的快乐，但是毕竟性别、体型等阻碍太多。正值民间风靡将各种图案画在 T 恤上做成自制文化衫的时节，厂家们又寻到一丝商机……

宅 T 定义

在讲 cosplay 服装的最后，我们提到 COSPA 利用摸爬滚打多年积累的经验和人脉，开拓了崭新的市场——这就是宅 T 市场。T 恤衫清洗便利、花样众多、穿着百搭，因此在夏天广受青睐。其中一类 T 恤会在衣服上印上 ACG 相关的版权绘或标志，我们在这里将它们统称为宅 T。实际上，宅 T 是有我国爱好者自创的词，在日本并没有将上面印了二次元形象的 T 恤单独分类的习惯。

说到日本著名的宅 T 品牌，相信大家脑海中都会浮现出：优衣库和 COSPA。这两个品牌一直在互相竞争宅 T 的市场，每年都想方设法捞得更大的利润



←除了宅 T 外，还有形形色色的二次元相关服饰，碍于篇幅就不详细介绍了。

Point 1 尽显御宅族个性 COSPA VS. 设计高端洋气优衣库

虽然都是宅 T，但是两家厂商的经营理念却并不相同。优衣库的 UT 系列继承品牌自身特点，以廉价来夺取低端市场。当然，优衣库也非常重视另一特色：设计时髦。优衣库的 UT 很少直接将动漫人物印上后就宣告完工，一定还会配合服装款式、穿着者以及图像本身进行一些使人眼前一亮的设计。

相对的 COSPA 的宅 T 就要更“宅”一点，尤其萌系的 T 恤更甚，不惜空出一点地方留白，在衣服前后都印上大大的二次元萌妹子。这种衣服虽然能充分表达出穿着者的爱，但是也因为过于高调而受到不少人的侧目。





←彰显御宅本质的 COSPAT 恤。

Point 2 爱重要还是受欢迎重要？宅 T 日常的利与弊

现在宅 T 市场非常广阔，尤其限量版产品更是让 fans 们趋之若鹜。然而宅 T 也有不少弊端：首先，这种印有二次元花样的文化衫会露骨地显露主人的爱好，而在日本，宅并不是能被全社会接受的一个群体，一提到“宅”，不少人脑海中首先出现的还是带着啤酒瓶底眼镜，肥胖不修边幅的丑男。因此随意穿着宅 T 上街，非常容易给陌生人造成不快感。此外，宅 T 多以男性尺码为主，萌系题材自然不用说，一些诸如海贼王等在日本处于国民漫画地位的作品，也没有女性尺码。这其实在无形中损失了不少女性顾客，因此近年来厂商也设置了更多的 T 恤尺寸，使女性爱好者也能挑选到喜爱又合身的服装。



←相较之下，优衣库的 UT 系列有更多适合女性穿着的款式。

Point 3 专为女性设计的另类时装 令人眼花缭乱的痛丝袜

近年来随着女性群体购物能力越来越高，各个官方也开发出专门为女性设计的服饰。其中最受欢迎的就要数痛丝袜了。2012 年，某位女性 ACG 爱好者在自己的丝袜上作画，并将画好后的影像上传至推特。谁也没想到，这种略带一些猎奇感的丝袜竟然大获好评，在网上广泛流传起来，许多人看到后也纷纷效仿。周边厂商自然不会错过这个好机会，开发了多款印有官方版权图样的丝袜。这些商业痛丝袜，既满足了女性读者们想要将爱表现出来的渴望，又免去了自己画的麻烦，在爱好者间颇受好评。



←JOJO 独特的拟声词痛丝袜受到不少女粉丝的欢迎。




一部店舗
特別商品
ONE
PIECE


S.A.C.


アッカリーン












CHA
CHA
IS STILL
ANY ONE
AND ONLY
MAGICAL
PRINCESS


攻殻機動隊
STAND ALONE COMPLEX


SECTION 9


S.A.C.



食

日常食品

ACG 周边厂商无所不用其极的表现之一，就是不放过任何可能商品化的物品，即使是食物也不例外！就算是普通的日常食品，也可以成为周边商品的一部分。只要印上二次元图案就能大卖的话……御宅族的钱也未免太好赚了！

美味ACG

食品周边中最吸引人的，就要数直接把作品中的商品实体化的了。为了体验和喜欢的二次元人物使用一样物品的感受，大多粉丝都会买账。在京都动画的名作《冰果》中，女主角千反田是一个地主家出身的大小姐，商家就借这个机会推出了千反田大米，还在包装上印上了千反田的名句“好地出好米”。2012 年，TYPE-MOON 也趁着十周年纪念之机，推出了“言峰绮礼最爱吃的麻婆豆腐”、“Saber 最爱的特制油炸狮子肉”，甚至推出了金闪闪在动画中和麻婆共饮的葡萄汁等周边，令熟悉型月系作品的 fans 们不禁会心一笑。



←千反田大米……既使用了作品中的捏他又很美味的食品！

Point 1 食物不再是玩具的附属？吃喝玩乐一个不少

食玩是日本市场上流行多年的元老动漫周边之一，这类商品大多由零食商家出品并销售。虽然最初玩具只是购买零食的赠品，但是随着一些作品的人气逐渐高涨，零食反倒成为了玩具的“添头”。如今“食玩”早已名不副实，厂商真正下功夫制作的其实是玩具部分。

所谓食玩的“进化型”，就是周边厂商与食品厂商共同推出的商品。由于双方互相合作，食品商家也不用下功夫监督玩具部分的生产，可以专注于提升食品的质量。现在越来越多的商家采用这种互利双赢的经营模式，推出既美味又好玩的新产品。



→2013 年麦当劳、肯德基都与一些日本著名漫画作品合作推出过玩具。

Point 2 买炒面送超强限定卡片 奸商们凶残的营销策略

2012 年年底，著名卡牌公司武士道与历史悠久的方便面厂商 peyoung 合作，推出了 Vanguard 特浓炒面。一盒炒面会随机赠送三张独占先导者卡牌的其中一张，可以在官方举办的大会中使用。其中一张被玩家昵称为“山羊”的卡对卡组构筑有很大的帮助，一时间玩家中掀起了“吃泡面”的风潮。由于这张卡只有吃泡面才能获得，即使大半年后的现在，它的市价仍旧高居不下，一卡难求的情况在玩家间非常普遍。不过 peyoung 的炒面本身并不难吃，为了刷出心仪的卡片吃上一周泡面也并非令人难以接受的事情。





←玩具商和食品商合作推出先导者炒面，甚至有玩家为了得到珍贵卡买了一箱……

Point 3 来自魔界的肉包？化身黑暗料理的初音未来

2012 年 9 月，著名便利店全家 Family 与 Vocaloid 合作，在日本推出了初音未来肉包。官方最初公布肉包效果图非常可爱，大家也对其充满了期待。然而等到肉包上架，不少粉丝发现这着实是一道“黑暗料理”。在蒸锅里忍耐了灼热水汽考验的肉包，变得臃肿狰狞，完全化身为地狱的来客......虽然被吐槽为“着凉拉肚子的表情”，不过大家还是凭着爱忽视了这张猎奇的囧脸，肉包上架没多久就告罄了。此后，其他商家也纷纷效仿，比如《夏目友人帐》就推出过猫老师的栗子豆沙包，也收到不少人的好评。





←豆沙包不需加热，避免了化身黑暗料理的命运。

←买到“黑暗肉包”的报告数不胜数。


セイバーのライオンから揚げ
TYPE-MOON
シエルカレー
TYPE-MOON Fes.
ずんだ餅
熱い場合がございますのでご注意ください
肉汁等がとび出す場合がございますのでご注意ください
電子レンジでは使用できません
今度は人類がちんすこうを食い尽くしてやる!!
ちんすこう



食

餐饮行业

除了作为商品销售的食物外，动漫相关的餐饮业也是日本颇具特色的衍生行业之一。除了闻名世界的女仆咖啡店之外，最近人气作品的主题餐厅也蓬勃发展起来。

秀色可餐

说起日本特色的 ACG 相关餐饮业，相信大多数人首先浮现脑海的就是女仆咖啡店了。秋叶原的女仆咖啡店可谓历史悠久世界闻名，不少人甚至为了去体验一下店内独特的氛围，专程赶到秋叶原。但是女仆文化毕竟只是 ACG 文化中比较边缘的一部分，想要得到更大顾客群的话，就免不了要与一些经典老牌作品合作。于是众多以动漫为主题的餐厅相继孕育而生，客人在这里可以品尝到作品中出现过的饭菜，或是以某个著名角色命名的食物，不论哪一种都令粉丝们好评如潮。



←日本的 ACG 餐饮业发展出各种各样的类型。

Point 1 您回来啦，主人～请问是要咖啡还是要红茶？

前文中也提到过，日本最著名、也是最受御宅族们喜爱的餐厅，就要数女仆咖啡店了。女仆咖啡店起源于 1998 年 8 月的东京角色展，那时展会现场搭建了以游戏《欢迎来到 Pia Carrot!!》为蓝本的咖啡店。这里的服务人员均为女性，一律身穿 19 世纪风格的女仆装，当时便受到了广大御宅族的喜爱。第一家真正的女仆咖啡店，是 2001 年 3 月 30 日开设于秋叶原的“Cure Maid”。而最早以“萌系”为特色的女仆咖啡店，则是同样位于秋叶原的“Cafe Mai:lish”。该餐厅经常举办 ACG 相关活动，并会让女仆们与顾客一同参与 Cosplay 活动。

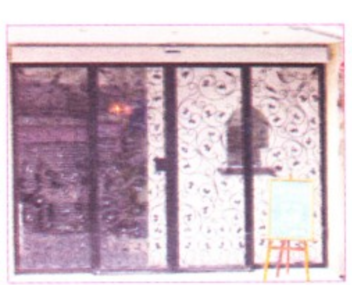


→以高雅氛围为卖点的 Cure Maid，周末还会有女仆进行现场演奏会。

Point 2 Yes, My lady. 就由我来为您服务吧！

不少文化的扩张经常是发源于男性、兴盛于女性，咖啡店也不例外。就像宅男喜欢看萌妹子一样，乙女和腐女们也喜欢穿着燕尾服的高雅帅哥。2006 年，在拥有著名“乙女之路”的东池袋，日本第一家执事咖啡店正式营业。与女仆咖啡店重视女仆与客人之间互动的快活气氛不同，执事咖啡店更多注重的是高雅的氛围。“只要一杯咖啡，就可以变身为公主”正是大多执事咖啡店的座右铭。执事们均身着燕尾服，上岗前还会经过培训，以便给顾客带来最真实的“大小姐”体验。





←装饰精美、服务周到的执事咖啡，颇受女性消费者的青睐。

Point 3 逐渐增多的主题餐厅 一起品尝二次元的食物！

除了女仆、执事这种受众明显的餐厅外，最近 ACG 作品的主题餐厅也受到了不少人的欢迎。如果说女仆执事咖啡店的卖点是人和气氛，那么主题餐厅的卖点就更倾向于餐厅本身的职能了——也就是提供食物。这类主题餐厅的菜单几乎都与原作有关，有的是起了某个人物的名字，也有直接将作品中的食物还原的。比如 2010 年建立于秋叶原的机动战士高达餐厅中，就提供哈罗热可可、扎古炒饭等形形色色的“高达食品”。而原作版权方也经常会在餐厅里举行形形色色的推广活动，可谓互利双赢。



→海贼主题餐厅芭拉蒂的伟大航路套餐。























GUNPLA-YAKI 1/144

"Combustion by 1/144 [GUNPLA]" of a Gundam original cafe
is the large size of GUNDAM Cafe limitation of which the motif
is 1/144 founder Gundam plastic model scorches.

行

交通工具

生命离不开运动，即使是御宅族也不例外。为了挣得供养自己爱好的钱，御宅族并不会像 NEET 一样整天大门不出，平日里的他们不过是普通的工薪族罢了。那么不论是通勤上班，还是为了 comiket 打拼，出行都少不了交通工具。

“痛”的由来

为了不让自己的旅途过于孤单，一些人尝试着在自己的交通工具上印上喜爱的二次元人物。谁也没想到这竟然成为了一个风潮，为了表达自己的“爱”，许多御宅族也纷纷效仿。在交通工具上印上二次元人物的画像，大致就可以被称为“痛”交通工具。关于这个“痛”字的来源，现在也有不少中说法。其中最为流行的解释是这样的：ACG 爱好者们出于对二次元人物的喜爱，将画像喷印在自己的车上。所谓的“痛”，是在电视和网络等媒体广为流传的人造复合词，指不可挽回的惨状，是本人非常满意，而他人看来脱离常规的状态。



←公共交通工具也无法逃过痛文化的“魔掌”。

Point 1 从被轻视到名震世界 痛车充满血泪的发展史

虽然痛车之风在 ACG 爱好者中盛行，就连不少商家也把这当做绝好商机，铺天盖地将这个世界染上了二次元的色彩。然而社会上对于“御宅族”这个群体并不十分宽容，甚至有不少女生认为“御宅族”很恶心。可以说，车主们为了二次元的爱，割爱舍弃了搭讪三次元妹子的机会，这无疑是令人痛心疾首的。不过最近几年改造痛车的人越来越多，日本社会也在逐渐改变对“御宅族”的看法。印上初音未来的痛赛车，甚至参加了多场世界著名的赛车比赛，将 Vocaloid 推广向全世界。



↑→形形色色的初音未来赛车。

Point 2 谁说只有机动车可以痛？ 形形色色的“痛车”

这些年“痛车”激增，不仅被媒体所瞩目，还召开过数百辆“痛车”云集的专题活动，为做一辆“痛车”而花费数百万日元的也大有人在。可是，痛车实际上关系到了版权的问题，现在之所以没有发生大问题的原因之一，大概是由于粉丝们的宣传带来了经济效果，其影响力是不容忽视的。

当然，并不是所有人都有足够资金买车，于是除了一般意义上的痛车，痛摩托、痛自行车等代步工具也逐渐孕育而生。现在，不少官方都看准了大家对“痛”物品的喜爱，推出不少拥有官方版权的痛车商品。



←就算是轮椅都可以痛！



←广大农民朋友中也有不少 ACG 爱好者。

Point 3 巴士公交车都不能放过！ 性价比拔群的移动广告牌

民间自发形成的“痛车”已有一定规模，甚至对原作产生了不小的影响。因此有些商家也反其道而行之，自发与公共交通部门合作，在交通工具上“痛”上自己要推广的作品，以达到移动广告的效果。实际上这和一般的平面广告并没有什么区别，不过由于 ACG 作品自身的性质，“痛”着某部动画广告在大街上到处跑的双层巴士，并非多得随处可见。如今，痛车无形中起到了开拓市场的作用，人们已经可以逐渐接受这种移动二次元广告了。



↑巴士和长途车都是常见的移动广告媒介。


Ui Hirasawa
Yui Hirasawa
5110
SHUFFLE!

行

旅游

飞机的发明可以说是人类文明进步的一大推进力，此后环绕地球不需要再坐船航行无数年，只要在飞机上睡上一觉，地球对面的国家就近在眼前了。出国旅游也成了越来越多人休闲的选择，二次元爱好者们自然不会放过这个巡礼的机会。

圣地巡礼

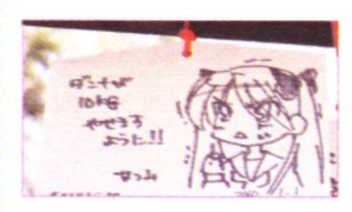
除去故事背景完全架空的SF作品，我们看过的大部分的ACG作品都是发生在这个世界的。无论历史题材或近未来，只要足够细心，我们定能从现实中找出作品世界里的蛛丝马迹。有的人希望能和自己喜欢的ACG人物站立于同一片大地之上，呼吸同样的空气；也有的人想要亲眼目睹、亲手触摸动画中那可人的一草一木；有人甚至只是想体会原创者在创作作品时的心境……大家纷纷怀着不同的目的，踏上了向着二次元的"朝圣"之路。



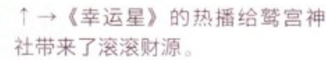
←经典动画《秒速五厘米》中就有不少参考了真实世界的背景。

Point 1 互利共赢的经营模式 ACG推动旅游产业发展

由于日本近年来经济不景气加上少子化，本土的旅游业也受到不小的打击。因此当一些大热作品涉及到某地区的真实地点时，这些地方也会趁着作品大热开展旅游项目，将作品中出现的主角们生活的地点设立为本地的观光名胜。其中最有名的要数《幸运星》中柊镜、柊司姐妹生活的鹭宫神社了。琦玉县当地政府在《幸运星》大热之后，经常不定期于鹭宫神社举办动漫爱好者巡礼活动。2011年的新年参拜活动更是创下了3天47万人次的历史最高纪录，超过动画播出前参拜人数5倍之多！





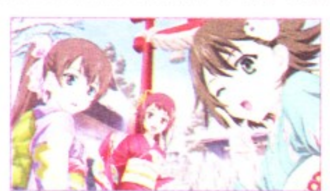


↑→《幸运星》的热播给鹭宫神社带来了滚滚财源。

Point 2 没有面包的话就自己造 专注观光片的动画公司

看到ACG产业能挣来如此人气，各个地方政府无不蠢蠢欲动起来。但是干等着大热作品提到自己这块区域未免过于被动，于是不少地区开始打起"自己投资做动画"的注意。最近几年动画市场上出现了一些在讲故事的同时，也不断刻画故事发生的地点的各种美景的作品。其中最为著名的大概就是P.A.Works的《花开伊吕波》了，本作既是P.A.Works的十周年庆祝作品，同时也为故事取材地的石川县金泽市做足了广告。动画中汤乃鹭温泉周边的美景，以及四十万翠那个古朴而祥和的小旅馆，令许多人神往不已。





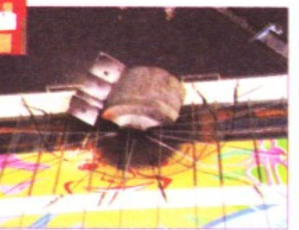
↑《真实之泪》《花开伊吕波》《恋旅》《TARI TARI》，再加上京都风味浓郁的《有顶天家族》，PA真的打算做业界第一观光片公司吗？

Point 3 漂洋过海的朝圣者 来自世界各地的ACG旅游团

除了日本本土的旅游业外，每年也有源源不断的国际友人为了朝圣自己心目中的二次元圣地漂洋过海来到日本。最近有越来越多的旅行团看准了国内的二次元市场，专门推出秋叶原、池袋、京都、大阪等二次元爱好者熟知地区的旅行路线，受到不少ACG迷的喜爱。



←东京、京都、大阪、北海道……ACG迷们心中一定都有个想实现一次的旅行。



→坠落在秋叶原大楼上的时光机，完全还原了《命运石之门》中的经典镜头。

用

日常用品

日常用品涵盖的范围十分宽泛，这类商品可谓周边市场的主力军，每年都有不计其数的日常周边在不同渠道贩卖。杯子、筷子、饭碗，纸巾、毛巾、眼镜布……只要你能想到的，都可以成为周边。

力压群雄

日常周边之所以广受商家欢迎，不仅由于其可用性强，易于拓展市场，还因为这些周边的使用者又在无形中为原作和商品本身进行了宣传。钥匙链、手机扣、各类文具、杯子、提包，甚至服装、首饰、手纸……几乎我们能够想到的全部日常用品都被制成了二次元周边。不知粉丝们在使用这些周边的时候，都怀抱着什么样的心情呢？也许是对一直在身边陪着自己的ACG人物的感谢，也许是炫耀心爱周边的喜悦，也许是……



←日常周边涉及范围非常广泛，甚至连泡面杯都有。

Point 1 既可使用亦可收集 经久不衰的周边商品马克杯

马克杯，一种居家常用容器，一般会用它盛水或者咖啡等饮料。在玻璃或者陶瓷的马克杯上印上图案，已经成为文化的一部分。它可以说是周边市场的一员老将，十多年前出品的马克杯现在也已成为稀少的珍品。由于造型丰富，可以设计出各种各样的外形，马克杯的市场可谓经久不衰，时至今日仍有不少以生产贩卖二次元马克杯为主的周边厂商。就像手办类商品一样，收集马克杯也已成为一种嗜好。不知道有没有专门收集ACG相关马克杯的人呢？



↑ACG名言系列马克杯，挑一句当做自己座右铭吧！

↑怪物猎人马克杯也贩售过不少种了，艾路猫真是令人爱不释手。

Point 2 颜色鲜艳、造型众多 风靡世界新产品橡胶挂件

钥匙链、手机链、手机防尘塞……这些类似的小物件在这里我们就统称挂件好了。一般来说，挂件多为PVC塑料或不织布制成，在COSPA推出橡胶质地的挂饰后，这种材料由于其易于塑性、色彩鲜艳、不易老化等诸多优势，受到了广泛好评，并飞速称霸了挂件类市场。其中的蚊香眼系列、吊起来系列、坐姿系列、寿屋黑豆眼系类等诸多系类产品，都成为此类商品中的热点。此外，鉴于防尘塞市场容易饱和，最近多家厂商推出了即可做防尘塞也可做挂件的产品，给顾客更多的选择。



←COSPA的吊起来系列和寿屋的黑豆眼系列都受到了市场的追捧。

Point 3 不断旋转的蚊香眼 用出众的萌之力夺取市场！

蚊香眼，本是P站画师悠本（注：此处为音译，日文为ゆーぽん）笔下的一系列自创同人图，却由于受到了众多粉丝的欢迎，现已成为周边厂商的“抢钱利器”之一。不论是热血少年漫画，还是纯爱乙女游戏，都能找到蚊香眼人物的周边，种类更是从小盒蛋、小粘土到钥匙链、冰箱贴数不胜数。蚊香眼的周边一旦面世，几乎都会引起疯抢，如今早期的圣斗士蚊香眼盒蛋、甚至去年年底发售的JOJO第三部蚊香眼盒蛋，都已很难在市场上见到现货，未拆过的全新商品更是被商家炒上天价，可见大家对蚊香眼系列的热爱。



→JOJO系列大热以后，这套蚊香眼小盒蛋也很快就被抢光。


MUGIWARA PIRATES
ZORO

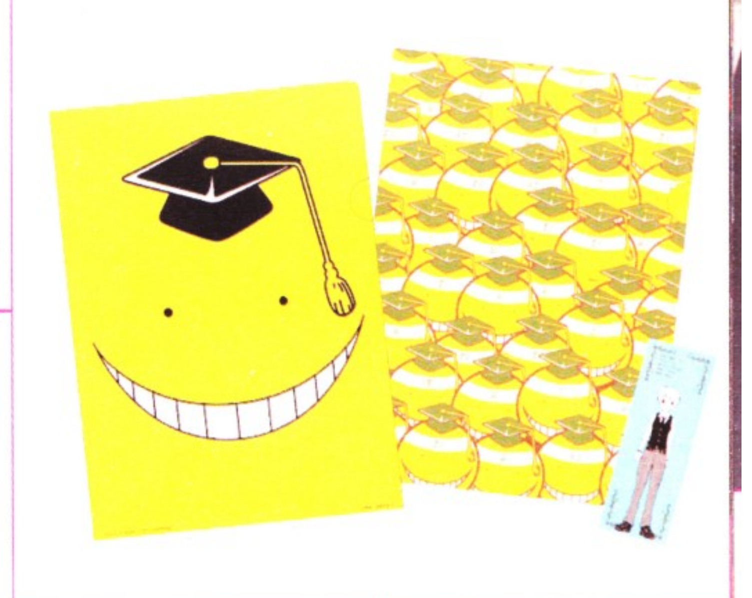

無駄無駄無駄無駄


黄瀬
黒子
火神
青峰
緑間
SHUTOKU


PORTGAS·D·ACE
ONE PIECE
















Silver Spoon


MASAMUNE DATE

用

床上用品

床上用品，顾名思义就是睡觉时使用的物品，包括床单、被罩、睡衣、抱枕等。二次元床上用品上印有动画、漫画或者游戏作品的角色，许多单身宅人都曾妄想过与喜欢的二次元角色同床共枕，本商品就恰好满足了他们的这一梦想。

商品解说

现在二次元床上用品市场以萌系美少女抱枕为主，虽然最初也存在靠垫、坐垫、床单等形形色色的产品，但是人气却全然不及抱枕，现在大量生产这些产品的厂商并不多。由于以抱枕为首的床上用品，经常会包含性层面的表现，因此在日本许多地方都被看做成人用品，未满18岁的顾客是无法购买的。此外，在ACG作品中也经常会看到角色们使用这类商品。比如《摇曳百合》女主赤座灯里的妹控姐姐，就有一个妹妹的抱枕，经常趁着家里没人的时候拿出来抱着。



←《摇曳百合》中抱着妹妹抱枕的赤座茜。

Point 1 红遍全球的ACG抱枕 起步阶段竟也困难重重？

抱枕和普通枕头有所不同，这种枕头采用柔软的枕芯，为了让人抱起来舒服也比一般枕头长出不少。最初，抱枕是一种面向幼儿群体的商品，谁也没想到它会受到众多二次元爱好者的欢迎吧。二次元抱枕的起源可追溯到1996年，当时前《FAMI通》的编辑增田亲手制造了日本第一个二次元抱枕。虽然他当时极力推动抱枕的商品化进程，却因为资金不足作罢。2005年时，二次元抱枕还没有正规的企业生产版权，只是活跃于同人物品市场。直到2006年，商家才开始将抱枕作为游戏和DVD限定特典贩售，此后大量的包括抱枕在内的官方二次元床上用品终于涌入市场。





←一般来说，抱枕套和抱枕芯是分开销售的，购买两者都要花费一笔开销。

Point 2 圆柱体渐渐长出了四肢 不断进化的人形抱枕

二次元抱枕是2006年后新发展出的一类商品，却在之后飞速俘获了ACG爱好者的心。为了讨好御宅族群体，商家也不断研制出新的抱枕产品。

最近两年最令人津津乐道的新型抱枕就要数人形抱枕了。传统抱枕都是椭圆或者圆形断面的圆柱体，最多也就是在人物图上多下功夫罢了。而人形抱枕却直接给抱枕做出了"四肢"，不过除此之外也和普通抱枕没有区别了。这类抱枕外表看来应该十分舒适，但是由于只有一个型号，所以非常考验使用者的体格。此外，由于人形抱枕采用了专用的外罩，清洗起来也不是很方便。



←抱枕的主要购买者以成年男性为主，不过偶尔也会出现艾路猫这种可爱系……

Point 3 谁说妹子不能用抱枕？ 飞速开拓中的女性市场

由于女性推动消费的现象越来越明显，商家也逐渐推出了不少款面向女性爱好者的抱枕。许多在女性观众中人气爆棚的形象都有过印在抱枕上的"经验"，比如鲁路修、渚薰等等。虽然没有宅男抱枕那么露骨，但是抱枕上的人物仍然一副"秀色可餐"的模样……此外，鉴于有些女性会不好意思购买这些过于成人化的商品，商家也出品了既可收集欣赏，也可以抱着睡觉的毛绒玩偶。这类商品以乙女游戏的角色为主，既可爱又充满小女生情怀，受到不少女性的欢迎。

→Gift生产的不织布玩偶早已形成许多系列。













進撃の巨人
attack on titan





收集观赏

集换卡牌

虽然在国内并不十分兴盛，但是在日本卡牌游戏绝对是二次元产业中的吸金老大。每年诸多品牌的卡牌都为了争夺玩家不断地推出新产品，刺激市场急速发展。

卡牌发源

现在人们普遍认为，集换卡片发源于19世纪后半叶的美国。香烟厂商为扩大销量，在盒子中封入多款香烟卡，这种卡片作为单纯的收藏品在顾客中很受欢迎。日本当时也受到美国的影响，掀起了一阵香烟卡收集热潮。随着禁烟法的实施，商家转而将这种集换卡放在零食之中，营销对象也转为小孩。在之后的很长一段时间，集换卡都作为零食的附赠品出现在市场上，这时的著名卡牌有假面骑士、奥特曼等诸多系列。到了20世纪90年代，日本市面上逐渐出现了卡片的自动贩卖机，销售方式类似于扭蛋机。从Jump系到少女漫画再到特摄，集换卡的种类非常丰富，相信国内的80后ACG爱好者也对这种卡片不陌生。



Point 1 集换卡牌游戏的兴起 可以战斗的新型收藏卡

1993年，世界闻名的TCG品牌万智牌进驻日本市场，给那时的日本集换卡市场带来了一次革命。人们认识到卡片不只能用来收藏，还可以用来进行对战游戏，并将这种集换战斗卡牌称作TCG（Trading Card Game）。时至1997年，日本本土的集换卡牌游戏全面兴起。此后游戏王、口袋妖怪、MONSTER COLLECTION等众多品牌如雨后春笋般出现，集换卡牌游戏受到从小学生到成人不同年龄带顾客的喜爱，至今仍旧经久不衰。2009年的周边市场调查，TCG游戏仅次于TV游戏，是玩具类商品中最受欢迎的。



↑游戏王是日本最流行的TCG游戏之一。

Point 2 竞技类与角色类TCG 专注战斗OR图画优先

TCG游戏兴起于欧美，却在日本发展壮大。随着TCG玩家越来越多，TCG在日本也逐渐分化出竞技类和角色类两大类型。竞技类就是以游戏王为代表的一些列TCG，这类卡牌可以脱离动画、漫画自成体系，并且在长时间的发展中形成了复杂而严谨的规则。这类卡牌游戏已经成为一种竞技项目，比如游戏王的官方KONAMI每年都会在世界范围举办大会，获得优胜的参赛者不仅能够得到限定卡牌，还能获得丰厚奖金。与竞技类TCG相对的，就是角色类TCG了。与竞技类TCG注重卡牌效果和平衡性不同，角色类TCG更多关注的是卡牌上的角色。这类卡片兼具战斗性和收藏性，还会与人气动画、游戏合作，推出作品独占的卡组。这类卡牌中最为著名的是武士道出品的Weiß Schwarz系类。



→许多人气作品都会推出角色类TCG。

Point 3 对抗猛烈袭来的新敌人！ 实体TCG无法取代的感动

近年来，实体TCG游戏市场也不断受到来自新媒体的冲击。诸如扩散性百万亚瑟王之类的手游卡片RPG游戏正不断侵占实体TCG的市场。手游上的战斗不再被场地局限，即使是身处地球两边的玩家，也可以靠着网络进行实时战斗。因此实体TCG游戏也逐一推出了电子游戏，比如游戏大厂KONAMI就凭借自身优势，开发了各种平台上的游戏王游戏。而武士道则反其道行之，在手机上推出了卡片战斗先导者的社交游戏，将社交性放在首位。不过，实体TCG并非那么容易被打败，毕竟将实卡拿在手里的那份感动，是无法在手机中体会到的。




1400
1200
500
400


Melancholy of
Haruhi
Suzumiya






KONAMI
1,995円
TCG


犬夜叉




3
30
240


2
10
260


2
20
250


2
30
350


2
70
250


3
50
250



收集观赏

官方衍生物 1

上文中讲了种类各异的周边，它们中的大部分都是官方授权周边厂商，再由厂商生产的。而下面要介绍的这种周边，也是本篇中最后为您介绍的周边，就是完全由作品官方组织初版的官方周边，我们暂且叫它原作的衍生物好了。

官方优势

官方衍生物大多基于原作的世界观，并在其上创作与原作无关的崭新故事，有些类似于官方的“同人志”。不过由于大部分故事都征求了原作者的同意，一般粉丝也乐于将它们当做补完世界观的一部分。即使是小说、同人漫画这类作品，由于有原作方把关，也不用太担心作品中的角色与原作相差太远。另外，毕竟官方实力雄厚，不是民间同人可以比的，读者也不用担心作品质量太差，购买回家却大失所望。这也是品质参差不齐的同人市场无法与之相比的。



←从漫画衍生小说到游戏资料设定集，官方推出了形形色色的周边书籍。

Point 1 五花八门的官方公式书 粉丝研究原作的最好工具

不论是漫画、动画，还是游戏、轻小说，一定都出版过与原作紧密相关的公式书。公式书中一般会把原作的世界设定进行一个详尽的总结，并且细致讲解一些原作中因为篇幅问题一语带过的设定。这些公式书既能成为一份原作世界的指导手册，也能为同人作者和考据党提供足以参考的依据。至今为止，日本卖得最好的公式书大概非《海贼王》的一套公式书莫属了，仅漫画的公式书就已经初版 5 册，甚至经常位居漫画类单行本销量榜总销量的前 50 之列。



→市场中充斥着形形色色的公式书。

Point 2 完全收录连载彩图！专为粉丝定制的官方画集

如果一个漫画作者的作品足够畅销，那么当他的彩图积累到一定程度之后，官方就会将这些彩图编纂在一起，出版此作者的彩色画集。此外动画也会出品类似的动画原画集，有时其中还会收入动画初期使用的相关人设稿，极具珍藏价值。这类图书一般都是纯粉丝向，由于全彩印刷价格高昂，一般只有对原作充满热爱的读者才会考虑购买。



←大人气作品《海贼王》的画集已经发售过五本了。

Point 3 种类繁多的官方衍生作品 漫画、小说 应有尽有

官方小说、官方同人漫画……这些原作元衍生作品与同人最大的区别，大概就是它得到了原作者的授权。比如《进击的巨人》官方小说作者在创作故事之前，曾与漫画作者谏山创交流过不少世界的设定。官方推出的衍生作品背后，是有坚实的原作为支撑的。即使是像《巨人中学校》这种故事背景完全脱离原作的作品，也仍旧需要参考原作的人物性格来进行创作。因此官方推出的作品完全可以作为原作的一个延伸阅读，有些官方小说甚至会找原作者来绘制插图，作品的收藏价值也变得很高。



→《进击的巨人》的官方小说和同人漫画都得到了原作读者的好评。

收集观赏

官方衍生物 2

除了传统的纸媒周边外，官方衍生产品也触及了其他的领域。比如以声优为卖点的广播剧和与漫画单行本同捆销售的 OAD 等。此外，cosplay、唱见等新兴产业中也不乏官方参与制作的商品。

Point 1 伴随年代发展 经久不衰的 Drama CD

与公式书、官方画集这种面向核心读者发售的商品不同，广播剧的诞生更多是为了推广作品。由于广播剧以“声”为叙事媒介，声优就成为了其中必不可少甚至极为重要的一部分。在推出某部作品的广播剧 CD 之前，官方要层层筛选，挖掘出最适合角色的声优，同时也会注重声优的宣传性。只有主演声优具有一定知名度，广播剧才能更好地起到其扩展读者的作用。现在随着网络的进步，贩卖广播剧 CD 的出版社越来越少了，取而代之的是以 VOMIC 为首的网络放送配图广播剧。



←十多年前，广播剧 CD 更多会作为一项商品单独发售，而现在则经常与图书、DVD 同捆贩卖。

Point 2 讲谈社首创新媒体 OAD 漫画、动画一个不能少

一般意义上，不在电视台、电影院等渠道单独放映的动画影像被称作 OVA ，而在 OVA 这种形式诞生十多年之后，讲谈社又推出了一个崭新的概念，这就是 OAD。与 OVA 相同，OAD 光碟中同样收录漫画的特别动画，却大多与漫画单行本同捆贩卖，与其说是商品，不如说更像漫画单行本的赠品。最初 OAD 这种体裁是讲谈社独占的，旗下许多著名作品都得到过单行本与 OAD 搭售的机会。看到讲谈社由这种销售方式尝到甜头后，小学馆也加入了 OAD 大战的行列之中，以《只有神知道的世界》为先头大举杀到。最近集英社也终于沉不住气，宣布《黑子的篮球》第 25 卷将推出附动画光碟的特别版。



→以讲谈社为首的出版社纷纷推出与动画 DVD 同捆销售的单行本，既可拉动销量，又可成为动画化前的试水。

Point 3 开辟崭新市场的 ACG 次文化 Cosplay、唱见主题杂志

过去的 ACG 杂志市场，基本以漫画连载杂志和 ACG 情报杂志占主导。近年以来，一些以网络为主要交流媒介的二次元周边文化，也成为了杂志办刊的主题之一。比如在日本著名弹幕网 niconico 上发展壮大的唱见文化，现在已经成为 ACG 文化中一个新兴的热点。2011 年 10 月，日本第一本唱见杂志《DANMAKU 夢助》正式创刊，其中不仅有对当红的各位唱见的采访，还有 niconico 动画、画师等相关介绍。此外，著名的 Cosplay 杂志《COSMODE》创刊至今，虽经历了出版社破产的危机，却仍旧作为日本最权威的 Cosplay 志活跃着。



Point 4 小巧可爱魅特萌熊 泰迪熊与二次元的完美结合

Animate，日本国内最大的动漫周边实体连锁店。除了贩售官方的版权产品外，这里还会经常推出一些本店限定的产品，其中最具特色的就要数魅特熊了。大部分女性在小时候都有过“泰迪熊情节”，Animate 就是抓住了女性顾客的这一弱点，推出了外表可爱的泰迪熊系列。小熊们本身就有多种色彩，每只都让人爱不释手。接着 Animate 还推出了专为小熊准备的衣服，都很完美地还原了二次元作品中著名角色的着装。给可爱的小熊来一次 cosplay，对于喜欢二次元的女性来说真是再享受不过了。





←黑塔利亚、名侦探柯南……魅特熊的熊掌几乎触及到二次元世界的每一个角落。



Encyclopedia of ACG

第四章 演唱会与见面会

将那些属于二次元的声音带到三次元之中

动漫演唱会是动漫商业音乐里的一个顶级环节。随着日本动漫音乐界的发展，以动漫音乐为主题的大型演唱会是每年的盛事，也是动漫歌迷们每年最关注的焦点。而声优的工作已经不再是单纯地提供他们的声线，今时今日的声优已经成为一种受人敬仰，如偶像般的存在。

简述／动漫大型演唱会／声优见面会

ACG Live & Event

PROFILE

演唱会 & 见面会

本章节为大家介绍目前日本动画衍伸的大型综合演唱会以及声优见面会，让我们看看当今二次元的声声是如何在三次元立足的。

动漫演唱会

演唱会是商业音乐中的一个顶级环节。随着日本动漫音乐界的发展，以动漫音乐为主题的大型演唱会是每年的盛事，也是动漫歌迷们每年最关注的焦点。



概述

动漫演唱会主要分三类型。

第一类型是目前有名的大型综合演唱会，包括Animelo Summer Live、ANIMAX MUSIX、动漫红白（动漫红白歌合战及Anisong Ranking）。这类型的演唱会主要以电台或电视台主办，云集动漫音乐界里的名声歌手进行现场献唱。这种类型的演唱会，每年都会例行举办，选址于大型的演唱舞台。演出的内容一般会以当年度热门的新歌曲，邀请该歌曲的演唱者上台表演。也有一些以翻唱形式进行的，由一些有实力的人气歌手翻唱往年大热或者经典流传的金曲。这种演唱会的参加者一般是以职业歌手为主的，像Animelo Summer Live和ANIMAX的参加者都是有实力的歌手。当然，一些通过声优作歌手出道的声优型歌手也能在台上展现他们的风采。

第二种类型的演唱会是针对作品而举办的。随着动画作品在题材上的多样性发展，音乐元素足以成为一个作品核心的卖点，以音乐或者是以偶像为主题的作品累见不鲜，《超时空要塞》系列就是当中比较有代表性的以音乐为主题的作品。而《偶像大师》、《Love Live》这类型以偶像为主题的作品，当中少不了的自然是音乐的部分。在这些大幅涉及“音乐”的人气作品里，作为一种衍生及进阶的线下大型活动，以作品为核心的大型演唱会应运而生。这类型的大型演唱会，其演出的内容以作品内的歌曲为主，包括OP、ED以及剧中歌甚至是角色歌。演出者以歌唱者为主，作品中的声优则以嘉宾的形式登场作秀。也有一些特殊的例子，它们不需要在作品主题上与音乐挂钩，单凭作品自身的人气以及大量的主题歌、角色歌以及声优们的互动就足以撑起整场演唱会，2007年大人气作品《凉宫春日的忧郁》凭借剧中的数首名曲以及大量的角色歌，在大宫SONIC CITY举办了一场名为《凉宫春日的激奏》的大型演唱会，2009年又在东京厚生年金会馆举办了名为《凉宫春日的弦奏》的古典音乐会，将作品相关的歌曲，通过大型管弦乐团重新演绎。2009年，红翻天的《K-ON》在横滨arena举办了大型演唱会。这场演唱会特殊的地方在于它既是以音乐为题材，又是以声优为主导的演唱会。2010年，原创动画《Angel Beats！》以其作品中登场的一支虚拟乐队Girls Dead Monster为名义，举办了一场名为《Girls Dead Monster starring LiSA tour2010 -Keep The Angel Beats!-》的巡回演唱会。

最后一种形式是以音乐人为主的演唱会。这里的音乐人包括职业歌手以及声优歌手，通过演唱作品中的主题曲、插入歌而累积人气，并且将这些人气发挥在自己的职业生涯上。演唱会可以说是歌手在演唱生涯中的一个标志性活动，是对其实力的肯定以及下一个提升的台阶。

Chapter 02 Animelo Summer Live

Animelo Summer 的诞生关系到两个很重要的企业，一个是多玩国，另一个是株式会社文化放送，第一届 Animelo Summer 就是由多玩国（Dwango）与文化放送共同主办的，目标是要打造一个场超大型的动漫音乐 main 的演唱会。两家企业的这一次合作，为日本动漫音乐带来了一个新舞台，为动漫歌曲带来了一个提升的空间，随之而带动着整个行业的发展。

多玩国是一家日本的 IT 上市企业，或者说，它就是日本著名的视频网站 NICONICO 动画的父亲更能让大家理解。而株式会社文化放送（简称文化放送）是一家以关东圈内为接受范围的民营区域性电台，是日本 NRN 广播联播网的成员，开台至今已经有 60 多年历史。而自从多玩国与文化放送合资设立的株式会社 AG-ONE 与志仓千代丸设立的株式会社 5pb. 于 2011 年合并为 MAGES 后，随后每年的 Animelo Summer Live 就改由 MAGES 与文化放送本社一起合力主办。

当初计划的发起人，是以奥井雅美、影山浩宣、远藤正明、福山芳树等为中心的动画界资深音乐人组成的 JAM Project。虽然演唱会主题是动画歌曲，但也包括游戏、特摄片，以及以歌手个人名义发表的原创歌曲，近年来还包括网上流行的同人歌曲，只要人气足够的，就连初音未来的歌曲也会呈现在这里。JAM Project 以及水树奈奈乃是 Animelo Summer 的核心人物。出席的歌手虽然均为动画歌手，但是演唱会的歌手不只唱动画的主题曲，电玩、特摄的主题曲，以及原创歌曲也有包含在内。每年都以官方公布未有参加演出歌手部分以神秘或特别嘉宾参加。例如高桥洋子、Sound Horizon、中川翔子、GACKT 、KOTOKO，森口博子等都曾被邀请参加。演奏方面，虽然会场自带 BAND 队，但像 KOTOKO、Sound Horizon 等都牵家大小，带着乐队参与演出。

JAM Project 主要成员介绍

JAM Project 为日本的动画歌曲演唱团体，全名为 Japan Animationsongs Makers Project（日本动画歌曲振兴计划）。JAM Project 是由于水木一郎说出“即使迈向 21 世纪，仍要留下杰出不朽的动画歌魂”而组成的团体。

影山浩宣

JAM Project 的初期成员，同时亦是该组合的发起人。在作词和作曲上显得非常积极，JAM Project 大部分的歌曲都是由他创作及填词。1997 年影山浩宣与远藤正明组成“钢铁兄弟”，变身为钢铁 1 号，2006 年与桃井晴子于台湾大学综合体育馆举行 mini Live，2007 年与北谷洋于上海新天地 ARK 举办中国大陆地区第一次较大型的演唱会，2007 年 5 月 12 日与远藤正明于台湾大学综合体育馆举办演唱会，2007 年 5 月 18 日 -19 日与水木一郎、堀江美都子、MIQ、远藤正明至香港举办演唱会“日本动画歌谣祭 2007”，致力于

Annotation
名词注释

ASL、Ani Summer，有着各种简称的 Animelo Summer Live 是史上第一个拥有特大规模的动漫音乐演唱会，自 2005 年起，每年都会例行举办。“Animelo”相当于 Anime+Melody 的组合词，因第一届在夏天举办，因而有了 Animelo+Summer 的名称。自第一届以后，Ani Summer 都会在夏天举办。Animelo Summer 每一届都有一个主题名称，第一届的“THE BRIDGE”、第二届的“OUTRIDE”、第三届的“Generation-A”、第四届的“Challenge”、第五届的“RE:BRIDGE”、第六届的“evolution”、第七届的“rainbow”、第八届的“INFINITY ∞”以及第九届的“FLAG NINE”。

在大陆、台湾、香港三地的动漫音乐演唱会。



↑ 1977 年就以摇滚乐队 LAZY 的主唱身份出道的，2000 年以他为中心的 JAM Project 正式诞生。

远藤正明

JAM Project 的初期成员，歌声数一数二有力，同时也是积极推广动画歌曲的其中一个歌手。他所演唱的歌曲均是强而有力，高亢、力量十足的。强大的肺活量，30 秒“咆哮”特技再加上染了一头金发，日本动漫歌坛纷纷称赞他为“年轻的狮子”。“狮子”一词乃源于他为动画《勇者王》演唱主题曲《勇者王誕生！》而闻名有关的。



↑一头金发，声音极具爆发力的远藤正明，被誉为日本动漫歌坛“年轻的狮子”。

北谷洋

在 2002 年 6 月的 2nd Live 时加入 JAM Project，通常其他成员会叫他做 DANY。在 JAM Project 中专注卖萌。他的声音热血且强力，高亢转音平平，但是却有一种不可思议的高低差。与影山浩宣、远藤正明的关系十分密切。



↑北谷洋藉着演唱动画《海贼王》OP《ウィーアー！》而成为动画歌手。

奥井雅美

奥井雅美是日本动漫歌坛的大姐头，她所演唱的歌曲如《輪舞 -Revolution》、《魂のルフラン》都是后辈们喜欢翻唱的经典歌曲。在 2003 年 3 月第二期 JAM Project 招募时加入，在加入前有十年的动画歌曲演唱资历。拥有作词、作曲的能力，以 Little Wing 一曲正式在 JAM Project 展露头角。奥井雅美与影山浩宣同样致力于华人圈子的动漫歌曲演唱会，经常在台湾、香港两个地区两边跑。

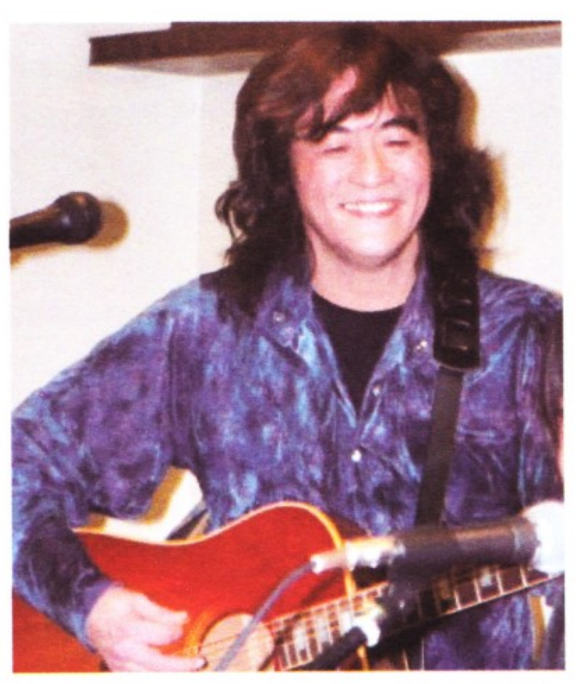


↑从出道起就一直演唱动画歌曲，所以称她为动画歌曲代言人一点也不为过。

福山芳树

和奥井雅美同期加入 JAM Project，拥有作词、作曲的能力，与奥井皆为加深、加广 JAM Project

的歌曲层面。福山芳树就是当年热气朝天的热气巴萨拉代唱之人，由他作代表的乐队 Fire Bomber 所演唱的歌曲首首都是经典，《planet dance》《突撃ラブハート》《My soul for you》《Remember 16》等《超时空要塞 7》的代表歌曲就是由他来演唱的。



↑知道热气巴萨拉的名字的人，都必须知道福山芳树的名字。一把吉他一把 husky voice。

Animelo Summer Live 2005 -THE BRIDGE-

举办时间为 2005 年 7 月 10 日，会场位于国立代代木竞技场的第一体育馆。出演者有奥井雅美、影山浩宣、JAM Project、水树奈奈、高桥直纯、栗林美奈实、米仓千寻、石田耀子、can/goo、下川美娜、unicorn table、铃木达央、近江知永、爱内里菜。主题歌是由奥井雅美作词作曲的《ONENESS》。

Animelo Summer Live 2006 -OUTRIDE-

举办日期为 2006 年 7 月 8 日，会场位于日本武道馆。演出者有奥井雅美、JAM Project、水树奈奈、高桥直纯、栗林美奈实、米仓千寻、石田耀子、爱内里菜、ALI PROJECT、三枝夕夏 IN db、石川智晶、savage genius、KENN with The NaB's、嘉阳爱子、特别来宾平野绫、茅原实里、后藤邑子（凉宫春日的忧郁）。主题曲《OUTRIDE》由奥井雅美作词、影山浩宣作曲、河野阳吾编曲。

Animelo Summer Live 2007 -Generation-A-

举办日期为 2007 年 7 月 7 日，会场位于日本武道馆。演出者有奥井雅美、JAM Project、水树奈奈、高桥直纯、栗林美奈实、ALI PROJECT、桃井晴子、树海、m.o.v.e、近江知永、PSYCHIC LOVER、Suara、Cy-Rim rev.、茅原实里。特别来宾矢部野彦麿 & 琴姬、平野绫。主题曲《Generation-A》由奥井雅美作词作曲、MACARONI ☆与 Monta 编曲。经过了三届的成功，Animelo Summer Live 在动漫界已经获得了十分强大的知名度。而随着知名度的上升以及出演候选者的不断增多，主办方甚至加开一场，分为前半和后半部分，分为两天上演。

Animelo Summer Live 2008 -CHALLENGE-

举办于 2008 年 8 月 30 日、8 月 31 日，会场位于埼玉超级竞技场。8 月 30 日的演出者为 AKINO from bless4、ALI PROJECT、石田耀子、奥井雅美、可怜 Girl's、GRANRODEO、CooRie、栗林美奈实、Suara、savage genius、田村由加里、茅原实里、AAA、水树奈奈、m.o.v.e、yozuca*。8 月 31 日的出演者有 ave;new feat. 佐仓纱织、石川智晶、ELISA、黑蔷薇保存会、PSYCHIC LOVER、Sound Horizon、JAM Project、Domestic ♥ Love Band（angela）、中村绘里子 + 今井麻美 + 高桥智秋 + 下田麻美 from THE IDOLM@STER、平野绫、福山芳树、miko、美郷 AKI、May'n、桃井晴子、MOSAIC.WAV、米仓千寻、Lia、妖精帝国。主题曲《Yells ～ It's a beautiful life ～》由奥井雅美作词，影山浩宣作曲。

Animelo Summer Live 2009 -RE:BRIDGE-

举办于 2009 年 8 月 22 日、8 月 23 日，会场位于埼玉超级竞技场。8 月 22 日的出演者包括彩音、

ALI PROJECT、angela、石川智晶、伊藤香奈子、ELISA、栗林美奈实、下田麻美、GRANRODEO、JAM Project、茅原实里、中川翔子（特别出演）、初音未来、COOL&CREATE、堀江由衣、manzo、宫野真守、May'n、桃井晴子。8 月 23 日的出演者有近江知永、大槻贤二与绝望少女们（野中蓝、新谷良子、小林优、泽城美雪）、奥井雅美、GACKT、影山浩宣、PSYCHIC LOVER、榊原由依、savage genius、Suara、田村由香里、中村绘里子、今井麻美、仁后真耶子 from THE IDOLM@STER、平野绫、FictionJunction、飞兰、水树奈奈、m.o.v.e、妖精帝国、米仓千寻。主题曲《RE:BRIDGE ～ Return to oneself ～》由奥井雅美作词，栗林美奈实作曲。

Animelo Summer Live 2010 -evolution-

举办于 2010 年 8 月 28 日、8 月 29 日，会场位于埼玉超级竞技场。8 月 28 日的演出者有 angela 石川智晶、伊藤加奈子、ELISA、Girls Dead Monster（LiSA、marina）、栗林美奈实、GRANRODEO、THE GOMBAND、JAM Project、sphere、高桥直纯、南里侑香、nomico + Masayoshi Minoshima、fripSide、米仓千寻、Lia。8 月 29 日的演出者有彩音、ALI PROJECT、远藤正明、奥井雅美、Crush Tears、PSYCHIC LOVER、田村由加利、茅原实里、水树奈奈、飞兰、Milky Holmes、milktub、May'n、桃井晴子。主题曲《'evolution ～ for beloved one ～'》由奥井雅美作词，栗林美奈实作曲。



↑拥有足够实力打进 NHK 红白的水树奈奈几乎每年都会参加 Animelo Summer Live。

Anisama in Shanghai -Only One-

举办于 2011 年 2 月 19 日、会场位于上海大舞台、演出者有、ALI PROJECT、石田耀子、远藤正明、岩田光央 + 小野大辅 + 铃村健一 + 森久保祥太郎、影山浩宣、北谷洋、Kimeru、栗林美奈实、JAM Project、初音未来、飞兰、福山芳树、May'n。此场没有主题曲。

Animelo Summer Live 2011 -rainbow-

举办于 2011 年 8 月 27 日、8 月 28 日、会场位于埼玉超级竞技场。8 月 27 日的演出者有中村绘里子 + 今井麻美 + 长谷川明子 + 原由实 from THE IDOLM@STER、麻生夏子、ULTRA-PRISM、ELISA、佐咲纱花、JAM Project、田村由加里、茅原实里、七森中☆娱乐部、Hyadin、飞兰、fripSide、BREAKERZ、May'n、桃色幸运草 Z。8 月 28 日的演出者有石川智晶、伊藤加奈子+志仓千代丸、藤和艾莉欧的まってちゃん、Kalafina（特别出演）、栗林美奈实、黒崎真音、GRANRODEO、JAM Project、Phantasm（FES cv. 榊原由依）、堀江由衣、水树奈奈、宫野真守、Milky Holmes、萝球部！。主题曲《rainbow》由志仓千代丸包办作曲作词。

SUPER GAMESONG LIVE 2012 -NEW GAME-

Animelo Summer 是专门为动画主题曲而生的演唱会，而这一场演唱会是专门针对游戏主

题曲的特别场。举办于2012年5月26日、会场位于横浜国际平和会议场。出演者有AiRI、Afiliasaga、彩音、伊藤香奈子、今井麻美、CooRie、栗林美奈实、榊原由依、佐藤广美、Ceui、NanosizeMir、飞兰、yozuca*、Rita。此场没有主题曲。

Animelo Summer Live 2012 -infinity ∞ -

举办于2012年8月25日、8月26日，会场位于埼玉超级竞技场。8月25日出演者为AKINO with bless4、川田真美、田村由香里、May'n、ALI PROJECT、野水伊织、唯夏织、StylipS、PERSONA4 MUSIC BAND、南里侑香、ALTIMA、Afilia Saga、伊藤香奈子＋志仓千代丸(科学历险队)、Zwei、三泽纱千香、铃木木乃美、森口博子（特别嘉宾）。特别出演蓝井艾露、LiSA、春奈露娜。8月26日出演者为喜多村英梨、GRANRODEO、栗林美奈实、茅原实里、小野大辅、Milky Holmes、七森中☆娱乐部、从后匍匐而来队G、堀江由衣、小松未可子、Ray、ST☆RISH、宫野真守、铃村健一、石川智晶、黑崎真音、μ's from Love Live、初音未来。主题曲《INFINITY～1000年之梦》，由影山浩宣、奥井雅美作词，织田哲郎作曲。

Anisama in Shanghai 2012 ~ Next Stage ~

这场原定于2012年10月27日在上海奔驰文化中举办的中国第二场，后来因中日关系紧张而取消。原定出演者为JAM Project、水树奈奈、√5、岩田光央、CONNECT、铃村健一、田村由加里、茅原实里。

Animelo Summer Live 2013 -FLAG NINE-

发展至今，Animelo Summer Live更扩展至三天场，可见Animelo Summer在日本的影响力。举办日期为2013年8月23日－8月25日，会场位于埼玉超级体育馆。8月23日的出演者有ALI PROJECT、ZAQ、茅原实里、ChouCho、nano.RIPE、May'n、串田晃、桃色幸运草Z、Ray、三泽纱千香、μ's、THE IDOLM@STER CINDERELLA GIRLS、藤田麻衣子、铃木木乃美、Milky Holmes、earthmind、FLOW、中川翔子。8月24日有angela、上坂堇、栗林美奈实、GRANRODEO、T-Pistonz+KMC、中岛爱、OLDCODEX、Zwei、fripSide、PSYCHIC LOVER、七森中☆娱乐部、THE IDOLM@STER MILLION STARS、Afilia Saga、蓝井艾露、春奈露娜、Aiu♥Love、Gero、LiSA、山本正之。8月25日则有、黑崎真音、田村由加里、富永TOMMY弘明、水树奈奈、宫野真守、小仓唯、sphere、唯夏织、小松未可子、铃村健一、ST☆RISH、伊藤香奈子、野水伊织、从后匍匐而来队G、喜多村英梨、竹达彩奈、日笠阳子、petit milady、i☆Ris、南里侑香。主题曲《The Galaxy Express 999》由奈良桥阳子、山川啓介作词，武川行秀作曲，佐久间正英编曲。



↑喜欢动画音乐的粉丝观众聚集于台下又唱又叫，日本的动漫大型演唱会也是目前国内渐渐兴起的动漫翻唱音乐会的模范。



ANIMAX MUSIX

鉴于Animelo Summer Live在动漫音乐界中的影响力，以及藏在它背后的商业机会。于是，动画收费频道ANIMAX也开办了属于自主冠名的大型动漫音乐演唱会——ANIMAX MUSIX。

ANIMAX MUSIX 以“we love anime ～ ANIMAX MUSIX LIVE ～”、“Link to the world”为主题，发足于2009年。以“将日本动画歌曲的魅力传播到全世界”为理念。2009、2010年以每年两次的频率举办，后来改为每年一次。为了与Animelo Summer Live抗衡，ANIMAX在演出安排上花了点心思，设立了固定的环节，比如是由观众预先投票选曲的翻唱环节，以及特邀歌手的专场环节等。ANIMAX MUSIX的优势在于它能与本台的ANIMAX动画频道联通，动员观众的参与。2010年秋天的第四届演唱会《ANIMAX MUSIX FALL 2010》更是动员了11700人，平均每一届都有1万人次的观众，整个演唱会持续长达7小时之久。同时，ANIMAX MUSIX还以ANIMAX自身的动画频道向世界广播现场的实况，不单是日本，以亚洲、欧洲为中心的21个国家都能够收看到ANIMAX MUSIX。



↑ ANIMAX MUSIX几乎每次都会选择横滨Arena这样的万人大场馆举办。



↑ 翻唱环节是ANIMAX MUSIX的一个特色环节。图中的是KOTOKO与南里侑香合唱的《叛逆的鲁鲁修》主题曲《COLORS》。

ANIMAX MUSIX 2009

第一届举办于2009年5月9日，会场位于爱普生品川水族馆。第一届的参演者不多，May'n，南里侑香，Anna，喜多修平，喜屋武千秋（MC，from 风男塾/腐男塾），每个环节由歌手们轮流演唱。

ANIMAX MUSIX FALL 2009 supported by SKY Perfect!

第二届举办于2009年11月1日，会场位于新木场STUDIO COAST，招揽了SKY Perfect JSAT Corporation作赞助商。几乎每一届都会参与的May' n唯独此届缺席，演出者包括：abingdon boys school、Do As Infinity、HIGH and MIGHTY COLOR、Hey Monday、喜多修平、佐咲纱花。

ANIMAX MUSIX SPRING 2010 supported by SKY Perfect!

第三届举办于2010年5月15日、16日，会场位于JCB大厅。同样是由SKY Perfect赞助，同时也招揽了包括JOYSOUND在内的其他赞助商。演出者包括：May'n、SCANDAL、ELISA、Mizca、飞兰、喜多修平、佐咲纱花、AKINOfrom bless4(仅15日)、高桥洋子(仅16日)。

此次活动的动画歌曲内容由各个歌手的代表歌曲加上歌手自己选择的翻唱歌曲“Day1:ArtistSelection”（15日）和歌迷们1万张投票选择的歌手翻唱歌曲“Day2:Fan Selection”（16日）两天组成。关于Day2的歌曲内容，是从网站上征集全日本以及世界的歌迷们的想听的歌曲，并根据投票的结果最终选出人气较高的歌曲在第二天进行演唱。第2日的安可曲《The Galaxy Express 999》更是出演艺人和观众一起合唱的，上万人的大合唱，声势浩荡得可怕。

ANIMAX MUSIX FALL 2010 supported by SKY Perfect!

举办于2010年11月3日，会场选择了横滨Arena，相当豪气。这一届的活动可谓十分具标志性。由18+1组动画歌手、组合出演、长达7小时、总计68曲的庞大阵容，论内容甚至拥有击败AnimeloSummer Live 2009的实力，也

是动漫歌曲演唱会史上的一次里程碑。Animax Musix 惯例的翻唱、合作曲，成为了广大观众关注的热点。演出者的阵容也是相当豪华的——演出者包括：May'n、KOTOKO、中川翔子、SCANDAL、Kalafina、玉置成实、AKINO from bless4、GRANRODEO、Lia、下川美娜、ELISA、ORIGA、LISP（阿澄佳奈、片冈梓、原纱友里）、黑崎真音、彩菜、喜多修平、HIMEKA、佐咲纱花、河野万里奈。

ANIMAX MUSIX 2011 supported by SKY Perfect!

举办于 2011 年 11 月 23 日，会场选址横滨 Arena。与去年一样，在横滨 ARENA 举行一天完的超长时间马拉松式演唱会，完全不逊于去年，参加阵容的豪华程度有增无减。演出者包括：May'n、KOTOKO、中川翔子、angela、Kalafina、喜多修平、GRANRODEO、佐咲纱花、Sea ☆ A、河野万里奈、The Sketchbook、茅原实里、飞兰、HIMEKA、RAMM feat.ayami。

ANIMAX MUSIX 2012 supported by SKY Perfect!

举办于 2012 年 11 月 23 日，选址同样在横滨 Arena。演出时间依然是马拉松式，演出阵容依然豪华，惯例的翻唱环节以及歌手专栏依然强盛。演出者包括 ayami、春奈露娜、铃木木乃美、流田 Project、Sea ☆ A、yanaginagi、原田瞳、河野万里奈、风男塾（腐男塾）、吉木梨纱、黑崎真音、麻生夏子、AKINOwith bless4、南里侑香、及川光博（特别来宾）、GRANRODEO、栗林美奈实、KOTOKO、May'n。

ANIMAX MUSIX 2012 台湾音乐祭

凭借 ANIMAX 的台湾分公司，ANIMAX MUSIX 2012 的第二场大胆地选择了台湾地区作为开场的地方，可见其影响力。即便能够通过自家频道向全世界发送，但主办方依然大胆地选在跨过场地举办，这足以证明主办方的野心。ANIMAX MUSIX 2012 TAIWAN 举办于 2012 年 11 月 4 日，选址于 ATT 文创立方。演出阵容不如日本本土，却是少数精锐的，包括 May'n、KOTOKO、南里侑香、Sea ☆ A。

ANIMAX MUSIX 2013 supported by SKY Perfect!

举办于 2013 年 11 月 23 日 · 11 月 24 日，为其两天。会场回到了气势宏厚的横滨 arena。演出者阵容同样鼎盛，包括 earthmind、及川光博、喜多村英梨、GRANRODEO、栗林美奈实、黑崎真音、KOTOKO、铃木木乃美、中岛爱、Ray、angela、冈本菜摘、川田麻美、小松未可子、东京女子流、流田 Project、南里侑香、前山田健一、May'n。



↑翻唱环节是 ANIMAX MUSIX 的一个特色环节。图中的是 KOTOKO 与南里侑香合唱的《叛逆的鲁鲁修》主题曲《COLORS》。



↑目前人气热朝天的 May' n 是 ANIMAX MUSIX 的主力歌手，经常会出现连唱好几首的专场。

Chapter 04

动漫红白

日本人有一个习惯。就是每逢除夕，都会一家大少聚在家里观看《红白歌合战》，也就是我们常说的"红白"。它是由 NHK（日本放送协会）每年 12 月 31 日晚于在日本东京涩谷 NHK 会馆现场直播的音乐特别节目，采用红白两队歌手展开歌唱比赛的形式进行。红白跟我们的春晚性质相似，既是一年一度的盛事，也是这一年里对于文化发展的回味。而动漫界也有自己的红白。

日本最早的动漫红白合战出现在 1983 年，当年为了纪念《铁臂阿童木》开播 20 周年，动漫红白作为日本动画大奖的一项相关企划，由日本放送 NBS 于 1983 年 11 月 16 日以日本动画文化节'83 的第三部分节目，在日本武道馆举行。

日本动画文化节'83 的前两部分别为 TV 动画 20 年历史的回顾，第二部是由当年的人气声优古谷彻、神谷明、铃置洋孝等人组成乐队 SLAPSTICK 举行的 LIVE 表演，而第三部分的动漫红白就是套用 NHK 红白的模式所举办的大型歌唱对战。由始至终都以"文化"为活动举办的理念。

可惜当年的动漫红白合战并不是以独立形式进行，它是依附在文化节上的一次性活动，再加上，当年的动漫歌曲并不如现在这般繁盛，动漫红白并不是常例。

直到 1998 年，动漫红白再次粉墨登场。1998 年正好就是主办方 NBS 的 45 年台庆，作为纪念活动的其中一环节，在东京国际论坛大堂举办了一场观众人数高达 5000 人的动漫红白歌合战 1998，在当年的气势相当强盛。这强盛的气势延续到次年的 1999 年。

继去 1998 年的台庆，NBS 再次以迎接千禧年为目的，在武道馆举办了一场观众人数上万人的"20 世纪动漫红白歌合战"，白组的领班是大哥水木一郎，而红组的领班是 anisong 女王堀江美都子。

辉煌过后，沉寂了 13 年的时间的"动漫红白合战"再次开唱，2012 年 NBS 的音乐频道"music and comic plus"再次令"动漫红白歌战"复活并将活动名称固定化，以"动漫红白合战 Vol.X"作为区分。2012 年一年内连续举办了两回"动漫红白歌合战"，分别在 2 月 19 日于东京国际论坛大堂，12 月 16 日于国立代代木竞技场举办，演出者包括 sphere、桃井晴子、竹达彩奈、小林优、小松未可子、山田健一、浅沼晋太郎等声优歌手为主力的阵容。2014 年 1 月，作为 NBS 六十周年台庆的纪念活动环节，"动漫红白歌合战"的第三回将于国立代代木竞技场举办。

有趣的是，在动漫歌曲越来越受到日本社会的高度关注的今时今日，动漫红白并不止 musicand comic plus 举办的"动漫红白歌合战"。自 2009 年起，KINGRUN 亦在每年的除夕夜里举办一场同样采用"红白歌战"形式进行的大型活动，其名称为 Anisong Ranking。虽然"红白歌合战"的名字早就被 NBS 霸占了，但 Anisong Ranking 这项例年音乐活动正是针对"红白"为目标而举办的。此项活动以"希望超越红白"为理念，以 2009 年为起点，每年的除夕夜都会开办跨年的演唱活动。

值得一提的是，由 KINGRUN 主办的这场活动，最初是以"Anisong 红白"命名的，但自从"动漫红白歌合战"复活以后，活动名称便改成了"Anisong Ranking"。与偏重于声优歌手的动漫红白歌合战相比，Anisong Ranking 的参演者更偏向于专业的动漫歌手，喜多修平、彩音、南里侑香、佐咲纱花、米仓千寻等。而演出节目方面，也细分为动漫歌曲、游戏歌曲、机战类歌曲等类别进行比拼。

简述

声优见面会

如今，声优的地位在日本动漫界中已经越来越高。声优的选角往往会决定一部作品的受欢迎程度，加上声优偶像化的现象，作为制作方，又怎么会错过以声优为主导的各种各样的商机呢？现在声优见面会已经成为了一种例行的事项，而声优见面会的种类非常多样性，目前比较常规能见的就是以上映会形式举办的声优见面会。

目前先行上映会已经是一种例行公事，制作方在前期宣传会将动画的宣传片、开播信息以及宣布声优的阵容进行预告，在正式开播之前，制作方会积极地举办先行上映会，以声优见面的内容作为主打，连同监督、制作人等核心STAFF作开播前的预热。其实这种形式的声优见面会就内容上模棱两可，做一些简单的访谈，发表一下对作品的看法或是公开一些录音时的小段子。但即便是这样的内容，对于恋声迷的观众来说，能够亲眼一睹声优们的风采，来一个近距离的接触可是一个难得的机会，性质等同于偶像见面会。

第二种的形式是“公开录音”。声优无疑是以声音为卖点，正如现在声优偶像化的趋势，为了吸收更多的人气，由声优主持的电台节目已经成为了常态。以往声优都是不需要露面的，他们的工作本质只是为动画配上声音。但随着观众们对作品热爱程度的日渐上升，他们的“爱”并不止停留于画面上的“画”，甚至连在幕后配音的声优也成为了追捧的对象。

第三种形式是大型声优见面会，它是真正意义上的声优见面活动，性质等同于演唱会。当一部作品的人气累积到一定程度以上，制作方便会举办一场大型的见面活动，作品中的主力声优们纷纷出席，准备一些列的互动环节，比如是角色歌的演唱、声优对谈、朗读剧、观众提问环节、抽奖或小游戏等多元化互动。

随着日本动画的影响力渗透中国，一些国内的活动组织也积极地筹办国内的声优见面活动。有专门售票的见面会，专门把声优从日本请来国内与国内的粉丝们见面，也有依附在漫展上的声优见面活动。

藉着网络技术的发达，网络连线成为了一种新的声优见面活动趋势。毕竟，要将声优从日本请来国内，过程中必须消耗一定的人力物力。而网络连线能够以最简单的形式为国内的恋声迷提供与日本声优互动的机会。顺带一提，国内的声优见面活动，邀请的声优大部分都是男性声优，这足以证明国内女性群体的市场潜力。



↑声优见面会一般会由经验丰富或者是临场发挥比较好的声优负责主持。